

**SOY DISEÑADOR, SOY EMPRENDEDOR.**  
**CONOCIENDO MI ESPÍRITU EMPRENDEDOR**

Una herramienta para el desarrollo de las habilidades del espíritu emprendedor  
en estudiantes de diseño gráfico

Lina María Zambrano Oyola

Universidad Piloto De Colombia  
Facultad de Arquitectura y Artes  
Diseño Gráfico  
Bogotá, Colombia  
Enero 2019

Copyright © 2018 ESTE PROYECTO FUE REALIZADO  
POR LINA MARIA ZAMBRANO OYOLA

Presentado como requisito para optar por el título como  
Diseñadora Gráfica.

Por tanto, certifico mi autoría de este documento  
presentado aquí. La documentación es estrictamente  
académica, es así que su desarrollo y resultado final están  
protegidos por las leyes de propiedad intelectual en  
Colombia

Se prohíbe el uso, copia, exhibición y/o reproducción, sin  
tener una previa autorización del autor.



## **Resumen**

La presente propuesta de investigación abarca de manera significativa la relevancia del emprendimiento innovador y su espíritu emprendedor para los estudiantes de últimos semestres de Diseño gráfico de la universidad Piloto de Colombia.

La noción de emprendimiento innovador posee valor dentro de la economía moderna, según lo refiere (Acs & Armington, 2006; Audrestch et al, 2006; Baumol et al, 2007), En las últimas décadas ha ocurrido una transformación básica en la economía mundial, que ha pasado desde el capitalismo administrativo al capitalismo emprendedor.

El fomento de la cultura del emprendimiento, su aplicabilidad mediante una herramienta de diseño que permita a los estudiantes de últimos semestres promover, estructurar y afianzar un modelo mental que rompa con el paradigma del desempeño profesional del Diseñador gráfico convencional; se podrá lograr que el ejercicio de su profesión sea directamente relacionado al poder innovador desde el espíritu emprendedor, y así de ésta manera, junto con los conocimientos y requisitos académicos y prácticos se obtenga una herramienta de diseño que afiance y consolide al diseñador como un creativo en todas las áreas de conocimiento y desarrollo empresarial, económico y social para las que está capacitado, igualmente aporte al crecimiento y mejoramiento de Colombia como País en vía de Desarrollo.

Palabras clave: Diseño Gráfico, emprendimiento, desempeño profesional, innovación.

### **Abstract**

The present research proposal, significantly covers the relevance of innovative entrepreneurship and its entrepreneur spirit for the students of the last semesters of Graphic Design of the Universidad Piloto de Colombia.

The notion of innovative entrepreneurship has value within the modern economy, as it refers (Acs & Armington, 2006, Audrestch et al, 2006, Baumol et al, 2007), In the last decades a basic transformation in the world economy has taken place. , that has happened since Administrative capitalism to entrepreneurial capitalism.

The promotion of the culture of entrepreneurship, its applicability through a design tool that allows students of last semesters to promote, structure and strengthen a mental model that breaks with the paradigm of professional performance of the conventional graphic designer; you can achieve that the exercise of your profession is directly related to the innovative power from the entrepreneurial spirit, and thus in this way, along with the knowledge and academic and practical requirements you get a design tool that strengthens and consolidates the designer as a creative In all areas of knowledge and business, economic and social development for which it is qualified, Equally contribute to the growth and improvement of Colombia as a developing country.

Keywords: Graphic Design, entrepreneurship, professional performance, innovation.

## Contenido

<b>Resumen.....</b>	<b>4</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>8</b>
<b>1. Definición del problema .....</b>	<b>10</b>
1.1. Formulación del problema .....	10
1.1.1 Análisis DOFA.....	11
1.2 Justificación del proyecto.....	14
1.3 Objetivos del proyecto .....	17
1.3.1 Objetivo General .....	17
1.3.2 Objetivos específicos .....	17
1.4 Delimitación .....	18
1.4.1. Delimitación Conceptual.....	18
1.4.2 Delimitación Geográfica .....	18
1.5 Hipótesis.....	19
<b>2. Marco referencial.....</b>	<b>20</b>
2.1 Antecedentes del proyecto .....	20
2.2 Marco Teórico.....	20
<b>3. Metodología .....</b>	<b>37</b>
3.1. Criterios de Inclusión .....	37
3.1.2. Eje de Investigación transversal.....	38
3.1.3. Criterios de Exclusión.....	41
3.2. Etapas del proyecto .....	41
3.3. Método de análisis e interpretación de los datos.....	43

3.3.1. Revisión de literatura. ....	43
3.4. Resultados. ....	45
3.4.1. Conclusiones. ....	55
<b>4. Etapa del proyecto .....</b>	<b>57</b>
4.1. Diseño, propuesta de diseño .....	57
4.1.2. Nombre.....	57
4.1.3. Idea desarrollada. ....	57
4.2. Resultados y procesos esperados.....	59
4.2.1. Bocetación.....	59
4.2.2. Parámetros técnicos.....	60
4.3. Composición reticular, iconos y figuras geométricas utilizadas .....	62
4.3.1. Composición reticular y elaboración de la libreta.....	63
4.3.2. Composición reticular y contenido del instructivo... ..	64
4.3.3. Portada.....	64
4.3.4. Papel.....	65
4.3.5. Réticula, márgenes y formato....	64
4.3.6. Tipografía.....	66
4.3.7. Gama cromática.....	66
4.3.8. Injerto.....	67
4.4. Diseño.....	68
<b>5. Conclusiones .....</b>	<b>74</b>
Lista de referencias bibliográficas .....	76

## **Introducción**

“La importancia del emprendimiento en Colombia radica en la capacidad que tienen las PYMES para generar empleo y ser un motor para la economía nacional, prueba de ello es que el 80% del empleo nuevo en Colombia es generado por el 10% de los nuevos proyectos de emprendimiento, en muchos de los casos PYMES”

Si bien es cierto, como refiere Portafolio (2017), en lo citado inmediatamente anterior, la realidad económica del País tiene inferencia importante en el emprendimiento, y no es indiferente a la rama del conocimiento y aplicabilidad del diseño Gráfico.

La Universidad piloto de Colombia establece como perfil ocupacional del profesional en Diseño Gráfico egresado:

“El Diseñador Gráfico de la Universidad Piloto de Colombia se desempeña en diversos campos del sector productivo tanto a nivel empresarial como social, involucrando su capacidad de gestión y dirección de proyectos gráficos, en los cuales aplica el Pensamiento de Diseño (objeto de conocimiento) para posibilitar el encuentro de soluciones efectivas propias de su disciplina. Siendo el diseño tipográfico, el diseño editorial, el diseño de información, el diseño de identidad y la narrativa gráfica las fuentes expresivas para la materialización de conceptos y lenguajes orientados al usuario en múltiples medios y espacios que establezcan el impacto deseado. Cabe señalar que lo anterior determina la impronta institucional del Diseñador Gráfico PILOTO, donde su responsabilidad y corresponsabilidad dentro de cada propuesta constituye su deber profesional hacia la mejora continua de sus futuros proyectos, evidenciando así su compromiso con la calidad”

Dado lo anterior y el plan de estudios, nos encontramos con la necesidad imperiosa de la elaboración de una herramienta que aporte de manera significativa y congruente a la realidad no sólo a los estudiantes de últimos semestres de la institución educativa, a los egresados, sino a todos los diseñadores gráficos que posean el espíritu innovador emprendedor y de esta manera realizar un aporte desde el diseño al emprendimiento.

El desarrollo de la cultura de emprendimiento innovadora en los estudiantes de la Universidad Piloto de Colombia de los últimos semestres conllevaría al crecimiento demostrativo de profesionales emprendedores y exitosos en el programa de Diseño Gráfico, adicional a los beneficios mencionados con anterioridad, también se vería el incremento en la competencia desde la calidad, el reconocimiento de los profesionales de la institución como líderes en el mercado emprendedor innovador y el desarrollo por parte de la universidad de unidades que aporten a los estudiantes futuros mayor número de herramientas para el desarrollo de dicha cultura.

## **1. Definición del problema**

### **1.1. Formulación del problema**

¿Por qué desde el Diseño Gráfico se puede fomentar la cultura del emprendimiento a partir de una herramienta que afiance el espíritu emprendedor y sus habilidades en los estudiantes de últimos semestres del programa de diseño gráfico en la Universidad piloto de Colombia?

### 1.1.1 Análisis DOFA

Tabla 1.

*Matriz DOFA Emprendimiento en los estudiantes de Diseño Gráfico.*

Debilidades	<p>No contar con las bases académicas para el desarrollo de ideas de negocio dirigidas al diseño gráfico.</p> <p>Desinterés por parte de los estudiantes de Diseño gráfico para la creación de empresas innovadoras.</p> <p>Falencias desde la academia (Universidad Piloto de Colombia) para el fomento del emprendimiento, espíritu emprendedor y la importancia de las tecnologías naranjas para los estudiantes de últimos semestres de Diseño gráfico.</p>
Oportunidades	<p>A pesar de no poseer, en la praxis desde las aulas, lineamientos claros y aplicables a la realidad de los estudiantes de diseño gráfico, si existen “en teoría” herramientas dispuestas por la universidad para el desarrollo de</p>



programas de emprendimiento.

Los docentes de la Universidad Piloto de Colombia se encuentran en capacitación constante, lo que permite mayores oportunidades académicas con enfoque desde la perspectiva del emprendimiento, economías naranjas y espíritu emprendedor e innovador. Lo que podría conducir a la formación de líderes empresariales.

#### Fortalezas

La Universidad Piloto de Colombia ha evolucionado a través de los años, al ritmo de las necesidades del mundo moderno y globalizado; los esfuerzos por una formación continua y de calidad garantizan a los estudiantes de diseño gráfico las mejoras desde lo administrativo y organizacional hasta llegar a las aulas; de todas las herramientas académicas que les permitan tener un acercamiento al mundo del emprendimiento.

Los procesos de acreditación en calidad y los esfuerzos de la Universidad Piloto de Colombia desde lo administrativo para

optimizar los procesos académicos, mediante el mejoramiento continuo y correspondiente a las necesidades empresariales y económicas del País.

#### Amenazas

Costos de capacitación y adecuación que permita a la Universidad Piloto de Colombia, fomentar proyectos de estudiantes emprendedores y brindar desde la academia los conocimientos necesarios para el desarrollo de los mismos y del espíritu emprendedor.

---

Elaboración: Fuente propia.

## 1.2 Justificación del proyecto

Según refiere Montes (2012), el entorno del emprendimiento desde las facultades universitarias es de vital importancia para el desarrollo de programas de emprendimiento desde las aulas.

“El emprendimiento Universitario es aquel que aprovecha el ecosistema en el cual se desarrolla la universidad para ser exitoso al conjugar: La institucionalidad y respeto de la sociedad hacia la universidad, apalancado en el conocimiento que se genera y adapta en las aulas y grupos de investigación, pero sobre todo, acelerado por la interacción social que se da desde y al interior de la universidad, genera nuevas empresas que responden a los retos económicos, ambientales y sociales que ofrecen las oportunidades del mercado”

Sin lugar a dudas la importancia de la institucionalidad frente a cómo se desarrolla en un mundo moderno y las necesidades de la creación de empresa cada día es de mayor relevancia en un País en vía de desarrollo como el nuestro. Colombia ha recorrido un camino interesante desde los años 90, según refiere Fandiño., & Bolivar, M. (2008) una modificación en la historia de la educación planteando el tema de Emprendimiento Empresarial en todas las Instituciones Educativas (Universidades, Colegios). Los directivos de las universidades tomaron conciencia de lo importante de este tema en la formación de los alumnos y apoyaron la creación de una cultura Emprendedora iniciada por el gobierno. Es así allí dónde se inicia el camino para que las instituciones educativas integren el emprendimiento a las aulas para aportar de manera significativa a la generación de empresa desde el emprendimiento y cultivar el espíritu emprendedor antes de culminar los estudios universitarios.

Según reporta Rodríguez (2007). La Ley 1014 de 2006, de fomento a la cultura de emprendimiento, y cuenta con instituciones formales como organizaciones públicas, cámaras de comercio, asociaciones empresariales, universidades y centros de investigación, a las cuales se suman concursos nacionales de planes de negocios. Sin embargo, según refiere el mismo medio; A pesar de lo anterior, un alto porcentaje de empresarios, más del 85%, no identifica a estas instituciones como verdaderos generadores de valor y de asesoramiento necesario para resolver los problemas en cada una de las etapas de sus proyectos de emprendimiento.

La Universidad Piloto de Colombia en su página web presenta el siguiente Plan de estudios: Ver Figura número 1.

UNIPILOTO ADMISIONES PROGRAMAS BIENESTAR RELACIONES INTERNACIONALES INVESTIGACIÓN			
<ul style="list-style-type: none"> <li>› Eventos</li> <li>› Staff</li> <li>› Servicios y Beneficios</li> <li>› Documentos y Reglamentación</li> <li>› Publicaciones</li> <li>› Publicaciones de Diseño Gráfico</li> <li>› Contenido Programático</li> </ul>			
<b>Plan de Estudios</b>			
Jornada Única			
ÁREA DE FORMACIÓN	COMPONENTE	ESPACIO ACADÉMICO	
<b>BÁSICA</b>	Teoría e Investigación	Teoría de la Percepción - Alfabetización Visual	
	Historia	Apreciación Estética	
	Tecnología	Laboratorio de Tecnología Preparatorio - Laboratorio de Tecnología I	
	Proyectual	Taller Diseño III/Tridimensional - Taller Composición y Comunicación Visual	
	Expresión	Expresión I (Color) - Expresión II (Dibujo Básico)	
	Representación	Geometría Descriptiva	
<b>PROFESIONAL</b>	Lenguas Extranjeras	Nivel I	
	Teoría e Investigación	Problemas de Contexto - Teoría de la Comunicación	
	Historia	Estudios del Arte del Mundo I - Estudios del Arte del Mundo II	
	Tecnología	Teoría e Historia del Diseño I - Teoría e Historia del Diseño II	
	Proyectual	Laboratorio de Tecnología II	
	Expresión	Taller Diseño con Letras - Taller Editorial	
<b>PROFUNDIZACIÓN</b>	Representación	Taller de Diseño de Información - Taller de Identidad Visual	
	Idiomas	Expresión III (Figura Humana) - Expresión IV (Ilustración)	
	Orientación y Profundización	Fotografía Digital I	
	Teoría e Investigación	Nivel II - Nivel III - Nivel IV - Nivel V *	
	Humanidades y Emprendimiento	Electividad Básica - Electividad Profesional I	
	Proyectual	Metodología Proyectual	
<b>EJE FUNDAMENTAL PILOTO</b>	Representación	Diseño y Comunicación para el Cambio social - Práctica Empresarial	
	Orientación y Profundización	Seminario - Taller - Trabajo de Grado	
	Electiva de Bienestar	Fotografía Digital II	
	Electiva de Bienestar	Electividad Profesional II - Electividad de Profundización	
Formación Sociohumanística y Ambiental		Taller de Lectura y Escritura - Ambiente y Desarrollo Sostenible	
Electividades o Líneas de Orientación: Branding y Diseño en Diseño / Diseño y Narración / Videografía y Motion Graphics		Historia de las Culturas / Ética y Ciudadanía	

Figura 1. Plan de Estudios Diseño gráfico Universidad Piloto de Colombia. Tomado de: <http://www.unipiloto.edu.co/programas/pregrado/diseño-gráfico/>

Cómo podemos evidenciar, a pesar de los esfuerzos de la Institución académica por incluir dentro de sus competencias académicas, el emprendimiento, el apoyo al espíritu emprendedor, y su importancia en la actualidad de los diseñadores gráficos como entes partícipes en la economía

de la Nación, es vital que la Universidad Piloto de Colombia ejecute de manera categórica planes de acción que le permitan llevar acabo todo aquello que se tiene escrito en los proyectos con los que posee la Universidad.

### **1.3 Objetivos del proyecto**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Proponer una herramienta de diseño para el desarrollo de las habilidades del espíritu emprendedor en estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Piloto de Colombia.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

Analizar la perspectiva de los estudiantes de último semestre del programa de Diseño gráfico de la Universidad Piloto de Colombia, frente al emprendimiento innovador.

Describir las características, el contexto y parámetros a la luz de la literatura de la relación emprendimiento innovador, el espíritu emprendedor y Diseño gráfico en Colombia.

## **1.4 Delimitación.**

### **1.4.1 Delimitación Conceptual**

Para el planteamiento de ésta propuesta se tienen presente las caracterizaciones correspondientes a los diferentes estudios de emprendimiento, innovación, su aplicabilidad al diseño gráfico, la importancia social y económica para Colombia. Igualmente serán evaluados los casos de éxito, desde la literatura y los posibles aportes para la elaboración de un modelo final que aporte la correcta implementación de una herramienta de diseño para el desarrollo del espíritu emprendedor en estudiantes de últimos semestres de diseño gráfico de la Universidad Piloto de Colombia con el fin de optimizar la ejecución de proyectos de emprendimiento innovador por parte de la población objeto de estudio.

### **1.4.2 Delimitación Geográfica**

La presente propuesta se lleva a cabo teniendo en cuenta los estudiantes de últimos semestres de la universidad Piloto de Colombia. Por tal motivo la delimitación geográfica es la ubicación de la institución Educativa.

## **1.5 Hipótesis**

La ausencia de una herramienta para el desarrollo del espíritu emprendedor en los estudiantes de últimos semestres de diseño gráfico de la Universidad Piloto de Colombia no ha permitido la optimización y aprovechamiento de las capacidades académicas, intelectuales, y emprendedoras de los egresados en Diseño gráfico de la Universidad Piloto de Colombia.



## **2. Marco referencial**

### **2.1 Antecedentes del proyecto**

#### **2.2 Marco Teórico.**

A través de la historia se han dado ciento de definiciones, sobre el emprendimiento, el espíritu emprendedor, que nos atañen a continuación realizamos una pequeña reseña de varios de ellos.

El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto, Según refiere Formichella, M. (2004).

Dicho fenómeno, persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación. Cita Druker, P. F (1987)

La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio. Según refiere Zubeldía, M. L., Viadana, C. A., Morales, O. R., & Tomarelli, J. L. (2015).

Mientras que el Observatorio del emprendimiento de Bogotá, sugiere que, en términos generales, las investigaciones realizadas por innumerables autores y ejecutivos reconocidos coinciden con que “una persona emprendedora es flexible, dinámica, capaz de asumir riesgos, innovadora, creativa y orientada al crecimiento.”

El sentido de la expresión espíritu emprendedor se toma del término inglés de entrepreneurship, cuyo origen está en el término primeros rastros semánticos del concepto de emprendedor, Cita Pereira (2007).

Existen diversos puntos de vista sobre este tema. Aquí les mostraremos algunos enfoques:

En el siglo XVIII, “Richard Cantillon proponía que el espíritu emprendedor implicaba tomar el riesgo de comprar a precios seguros y vender a precios inciertos”. Refiere Stevenson, (1999).

Para Shumpeter, los emprendedores son los agentes de cambio en la economía: sirviendo a nuevos mercados o creando nuevas maneras de realizar las cosas hacen que la economía avance. Cita Dees (2001)

Gartner (1985) lo definió como la creación de nuevas organizaciones.

Marino, K. E., Castaldi, R. M., & Dollinger, M. J. (1989). Hacer referencia; a tres aspectos incluidos en la definición de espíritu emprendedor: innovación, organización económica y crecimiento en época de riesgo y/o incertidumbre.

Olmos (2007) expone que el espíritu emprendedor es un proceso orientado a la creación. Igualmente afirma que no importa si es una organización lucrativa o no lucrativa, en ambos casos los emprendedores son capaces de visualizar algo que los demás no pueden ver, y realmente se comprometen consigo mismos para hacer realidad sus sueños, sin olvidar que también es importante considerar que el aspecto oportunidad es relevante para alcanzar las metas del proyecto.

Adicionalmente encontramos diferentes términos con los que debemos familiarizarnos de forma ineludible para el abordaje de la presente investigación. Ver Cuadro número 1.

Definiciones Innovación, creatividad y emprendimiento.

#### Definiciones

INNOVACIÓN	CREATIVIDAD	EMPRENDIMIENTO
<p>La innovación, según el diccionario de la Real Academia Española, es la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado. Un aspecto esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No sólo hay que inventar algo, sino, por ejemplo, introducirlo y difundirlo en el mercado para que la gente pueda disfrutar de ello. En las palabras de Eudald Domènech: «La innovación por la innovación no sirve para nada. Innovar es crear productos que hagan la vida más fácil.</p> <p>La innovación exige la conciencia y el equilibrio para transportar las ideas, del campo imaginario o ficticio, al campo de las realizaciones e implementaciones.</p> <p>Innovar proviene del latín innovare, que significa acto o efecto de innovar, tornarse nuevo o renovar, introducir una novedad.</p>	<p>La creatividad es la capacidad de idear soluciones nuevas y diferentes para resolver problemas o situaciones requeridas por el propio puesto, la organización, los clientes o el segmento de la economía donde actúe. Esta capacidad no se debe interpretar como la imaginación pura, que genera ideas, aunque no tenga aplicabilidad práctica o no tenga utilidad ninguna.</p> <p>La actividad creativa debe ser intencionada y apuntar a un objetivo, la creatividad supone estudio y reflexión.</p> <p>Las personas que cuentan con esta capacidad son personas que manifiestan una gran curiosidad intelectual, suelen tener una amplia información que pueden combinar, elegir y extrapolar para resolver problemas y son personas con buena capacidad de análisis y síntesis</p> <p>Son características diferenciadoras de la persona creativa la sensibilización a los problemas, flexibilidad para adaptarse a nuevas situaciones, fluidez para abordar los problemas desde perspectivas diferentes, capacidad para aprovecharse de una situación en desarrollo, capacidad para comunicar y organizar.</p>	<p>El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.</p> <p>La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente</p> <p>En conclusión, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.</p>

*Cuadro 1. Definiciones Innovación, creatividad y emprendimiento. Tomado de: Espíritu emprendedor y su importancia en Colombia. (2014).*

De la misma manera el mismo autor nos refiere las características de dichos conceptos. Ver cuadro número 2. Características Innovación, creatividad y emprendimiento.

## Características

INNOVACIÓN	CREATIVIDAD	EMPRENDIMIENTO
<p>Para las personas curiosas, aquellas que se sienten motivadas por la exploración, lo normal es aprender continuamente, formarse y mostrarse creativas para su propio desarrollo personal.</p> <p>Necesitan conocer el entorno el que se mueven, como se manejan las reglas por las que se rige y tienen una fuerte necesidad de estímulo intelectual y de variedad, aunque hay una serie de rasgos comunes que comparten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Se apasionan por aprender y descubrir.</li> <li>-Se apasionan por lo que hacen, tienen un gran compromiso con su vocación.</li> <li>-Son flexibles y abiertas al cambio.</li> <li>-Modifican su entorno, no aceptan las cosas como vienen dadas sino que actúan para mejorar e innovar.</li> <li>-Son sensibles a los retos y problemas.</li> <li>-Ven patrones ocultos y establecen conexiones entre elementos aparentemente desconectados.</li> <li>-Asumen riesgos, salen de su zona de confort, están dispuestos a incrementar su tasa de fracasos.</li> </ul>	<p>Se debe aclarar que no existe ningún estereotipo del individuo creador, si bien todos presentan ciertas similitudes. Algunas de esas similitudes se indican a continuación:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manifiestan una gran curiosidad intelectual.</li> <li>2. Disciernen y observan de manera diferenciada.</li> <li>3. Tienen en sus mentes amplia información que pueden combinar, elegir y extrapolar para resolver problemas.</li> <li>4. Demuestran empatía hacia la gente y hacia las ideas divergentes.</li> <li>5. La mayoría puede ser introvertidos.</li> <li>6. No están pendientes de lo que los otros piensan sobre ellos y se hallan bastante liberados de restricciones e inhibiciones convencionales.</li> <li>7. No son conformistas en sus ideas, pero tampoco anticonformistas. Son más bien, auténticamente independientes.</li> <li>8. Poseen capacidad de análisis y síntesis.</li> <li>9. Poseen capacidad de redefinición, es decir para recomodar ideas, conceptos, gente y cosas, para trasponer las funciones de los objetos y utilizarlas de maneras nuevas.</li> </ol>	<p>Las características del emprendimiento o una persona emprendedora son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad de compromiso: Tanto consigo mismo, como con los demás.</li> <li>2. Vocación por el trabajo: Todos los días, casi todo el día hasta sacar las iniciativas adelante.</li> <li>3. Constancia: Que se puede juntar a la perseverancia y a la fe. Si el emprendedor no cree en sí mismo y en su proyecto, está destinado a fracasar.</li> <li>4. Empuje: Es la capacidad de sacar las iniciativas adelante, el nivel de sacrificio y entrega y las ganas por cumplir los sueños.</li> <li>5. Coraje físico y un gran entusiasmo para toda clase de ideas: La pasividad no es una característica de un emprendedor, el entusiasmo y el movimiento continuo sí.</li> <li>6. Conocimiento: Ser emprendedor, requiere conocimiento en los temas que se van a desarrollar en los proyectos o actividades, sea cuales sean.</li> <li>7. Cultura: En un sentido amplio, saberse adaptar a las diversas situaciones y saberse comportar ante las circunstancias.</li> <li>8. Tener ilusión. El entusiasmo, la motivación, etc. serán el mejor combustible en los primeros pasos de la nueva iniciativa.</li> <li>9. Tener confianza. Eso implica afrontar con ánimo las épocas menos buenas y tener claro en todo momento que nada se consigue en un día ni dos.</li> <li>10. Ser optimista. Las cosas siempre se pueden ver por un lado mejor lo cual no implica que se caiga en la auto indulgencia.</li> </ol>

Cuadro 2. Características Innovación, creatividad y emprendimiento. Tomado de: *Espíritu emprendedor y su importancia en Colombia.* (2014).

## Cuadro número 3. Comparaciones Características Innovación, creatividad y emprendimiento.

## Comparaciones

INNOVACIÓN	CREATIVIDAD	EMPRENDIMIENTO
<p>¡No son lo mismo! Están de moda. Sinergia Como Fuente de valor</p>		
<p><b>INNOVACION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nunca es resultado de un <b>proceso</b></li> <li>• No necesariamente Produce una <b>novedad</b></li> <li>• Usa el <b>conocimiento</b> como base.</li> <li>• Tiende al trabajo en <b>equipo</b>.</li> <li>• Mejora, <b>construye</b>.</li> <li>• Fluye en lo racional.</li> <li>• <b>Validada</b> por el mercado.</li> </ul> <p><b>PARADIGMAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Niveles del <b>saber</b></li> <li>• Ideas <b>coherentes</b> con el contexto.</li> <li>• Muestras de su <b>tiempo</b></li> <li>• Permite generar una <b>acción</b>.</li> <li>• Promueven mejora, no el <b>cambio</b>.</li> </ul>	<p><b>CREATIVIDAD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nunca es resultado de un <b>proceso</b></li> <li>• Produce una <b>novedad</b></li> <li>• Usa el <b>conocimiento</b> como base.</li> <li>• Usa la inteligencia, para <b>adaptarse</b> al ambiente.</li> <li>• Expresión <b>humana</b>.</li> </ul> <p><b>DIMENSIONES DE ESTUDIO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesos creativos</li> <li>• Personalidad creativa</li> <li>• Objeto creativo (Resultado creativo).</li> </ul> <p><b>PROCESO CREATIVO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Preparación:</b> Vivencias y bases.</li> <li>• <b>Incubación:</b> Gestión de la pregunta.</li> <li>• <b>Iluminación:</b> Construcción del proceso Imaginativo.</li> <li>• <b>Verificaciones:</b> Puesta en práctica</li> </ul>	<p><b>EMPRENDIMIENTO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Arriesgar</b> capital y otros recursos (tiempo, esfuerzo, etc.) en la creación de una empresa.</li> <li>• <b>Innovar</b> en la explotación de una oportunidad de negocio.</li> <li>• <b>Preservar</b> en el logro de un objetivo y en la creación de riqueza.</li> </ul> <p>Los emprendedores no son adictos compulsivos al riesgo, como se cree, sino buenos en <b>gestores del riesgo</b>.</p> <p>Un nuevo empresario no fracasa nunca en la creación de una empresa, lo más que puede ocurrirle es que aprenda un montón.</p>

Cuadro 3. Comparaciones Características Innovación, creatividad y emprendimiento. Tomado de: *Espíritu emprendedor y su importancia en Colombia.* (2014).

Para el término empresario se poseen diversidad de significados. En resumen los principales han sido consolidados por el Observatorio del Emprendimiento de Bogotá de la siguiente manera: Ver cuadro número 4.

FECHA	AUTOR	CARACTERISTICAS
1848	Mill	Riesgo
1917	Weber	Fuentes de autoridad formal
1934	Schumpeter	Innovación-iniciativa
1954	Sulton	Deseo de responsabilidad
1959	Hartman	Fuentes de autoridad formal
1961	Mc. Clelland	Tomar riesgos, necesidad de logro
1963	Davis	Ambición. Independencias. Autoconfianza
1964	Pickle	Control mental, conocimiento técnico, habilidades comunicativas.
1971	Palmer	Riesgos calculados
1971	Hurnay	Necesidad de logro, reconocimiento,
		innovación e independencia
1973	Winter	Necesidad de poder
1974	Burland	Control interno
1974	Liles	Necesidad de logro
1977	Gasse	Orientación por la autoestima
1978	Timmons	Orientación a metas, toma de riesgos moderados, creatividad, innovación
1980	Sexton	Energía, ambición
1981	Welsh	Toma de riesgos moderados, tendencia al cambio, necesidad por el control
1982	Dunkelberg	Orientación al crecimiento y a la independencia

Cuadro 4. Tomado de Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., & Carland, J. A. C. (1984). Espíritu emprendedor.

Según estipula Pereira (2007) El sentido de la expresión espíritu emprendedor se toma del término inglés de entre-preneurship , cuyo origen está en el término francés entrepreneur. En la

búsqueda de los primeros rastros semánticos del concepto de emprendedor. En resumidas cuentas, el espíritu emprendedor es la función específica de los emprendedores es la capacidad para tomar los factores de la producción -tierra, trabajo y capital- y usarlos para producir bienes o servicios nuevos. El emprendedor percibe oportunidades que otros ejecutivos de empresas no ven o no les interesan.

Dado lo anterior, y lo analizado durante el análisis de la literatura existente podríamos afirmar que los conceptos de espíritu emprendedor y emprendimiento se encuentran directamente ligados al deseo marcado y ético establecido por la sociedad, como opción al desarrollo económico, igualdad y el mejoramiento en la calidad de vida de quienes toman el riesgo y la aventura de llevarlo a cabo, es una filosofía de vida que aporta, desde lo económico, social, innovación, progreso y empoderamiento de los seres humanos, indistintamente del lugar del mundo en que se encuentre.

Según refiere Crissien (2006) El empresario es el titular propietario de una industria, negocio o empresa (RAE, 2001). Emprendedor es un adjetivo que se le da a una persona o entidad que emprende acciones dificultosas o azarosas. De igual manera indica que empresario, que se entiende como el individuo o individuos que con espíritu emprendedor crean empleo mediante una empresa. Es el propietario legal o informal de una empresa. Si bien es cierto, existen dentro del emprendimiento conceptos básicos que ya se han determinado con antelación hay diferentes autores que dan relevancia al empresario, y las clases de emprendedores existentes dependiendo del entorno y el desarrollo económico de cada País. Sin embargo, según afirma Sánchez (2012) no es lo mismo ser emprendedor que tener espíritu emprendedor. El espíritu emprendedor implica valores intrínsecos como la capacidad de asumir riesgos, de innovar y de soñar. El emprendedor, en cambio, es el sujeto que moviliza y hace uso de aquellos recursos necesarios para lograr que estas ideas se vuelvan tangibles en proyectos empresariales

Como relata Miranda (2015). Existen diferentes tipos de emprendedores en el área de emprendimiento los cuales entre ellos se destacan los siguientes

“Emprendedor Empresario: Es caracterizado por hacer crecer su empresa invirtiendo todas las ganancias en la misma empresa para el desarrollo y crecimiento de esta. Y tiene la forma de pensar de ser el único propietario de ella, es decir que nunca pensaría en venderla. Emprendedor en Serie: Es aquel que inicia un negocio, lo desarrolla haciéndolo producir y luego lo vende, esto hace que el emprendedor desarrolle obteniendo un potencial en el mismo. Este tipo de emprendedor le gusta crear negocios o empresas para venderlas e iniciar otras e ir mejorando en el proceso. Emprendedores Hijos de Empresarios: Como su nombre lo dice, son familias que tienen negocios por tradición y ayudan a sus hijos a crear una empresa sin tener una formación educativa empresarial, esto es de mucha ayuda ya que genera trabajos en diferentes áreas. Emprendedores Académicos: Es el emprendedor profesional que se ha preparado con una formación académica, técnica y tecnológica antes de emprender su negocio, durante sus tiempos de estudios ha acumulado tantos conocimientos que al momento de emprender no tienen miedo. Cuando deciden crear su empresa, lo hacen de manera correcta ya que tienen los conocimientos necesarios para hacerlo generando el éxito de la empresa”

Ahora bien, no debemos pasar por alto la cadena de valor del emprendimiento, que según lo ha estudiado INCUBAR Colombia, Entidad que se ha encargado por años del estudio y aplicabilidad del emprendimiento y sus beneficios a lo largo del territorio Nacional, dicha cadena se encuentra distribuida de la siguiente manera:



Figura 2. Tomado de: Incubar Colombia.

Por otra parte, como ya hemos indicado, el Global Entrepreneurship Management GEM (Hernández, 2012), entiende el emprendimiento como un proceso que se inicia con la generación de una idea, continúa con su puesta en marcha, se lanza al mercado, entra en una fase de



consolidación y pasa a la fase consolidada cuando sobrevive por más de tres años y medio. Otro destino posible es el abandono del promotor o promotores. Ya sea para traspasar la iniciativa a otras manos o para clausurarla.

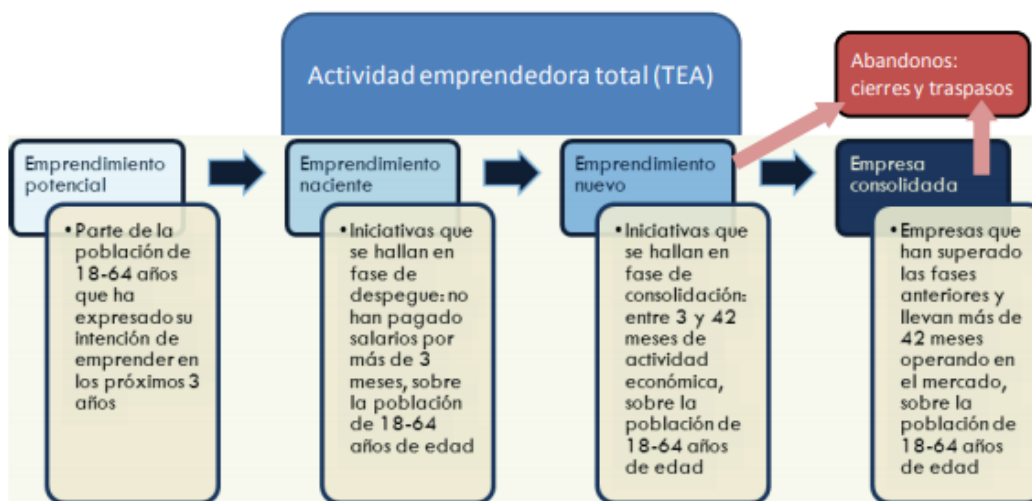


Figura 3. Tomado de: GEM 2012.

Según lo anterior, nos encontramos frente a disímiles realidades, la primera de ella es la importancia del emprendimiento en las economías cambiantes mundiales, en segundo lugar hallamos que desde sus inicios la terminología sobre emprendimiento, empresarismo y tipos de emprendedores, habilidades y características del emprendimiento y del emprendedor han despertado diferentes investigaciones a través de la historia y del mundo, ya que no en todos los Países de tiene la misma connotación social ni económica del mismo.

A continuación se inicio hacer una rúbrica acerca de las diferentes habilidades generales con que debe contar un emprendedor, ya que es de vital importancia mencionar que un emprendedor es un conjunto de características principales que definen su perfil, Para lo cual tomaremos como referencia el estudio de la Cooperación Técnica Alemana (GTZ) basado en la

metodología CEFE40 que busca el desarrollo de la competencia profesional en los emprendedores: Glaub (2009).

**Creatividad e Innovación:** Los emprendedores no solo se encargan de generar ideas, sino también de hacerlas realidad, sin acción no hay emprendimiento.

**Autoconfianza en las capacidades:** Seguridad en lo que pueden hacer y enfrentar, no tienen dificultad en realizar un nuevo proyecto, no les temen a los riesgos.

**Arriesgados en sus propuestas y acciones:** Sus proyectos por lo general necesitan la inversión de tiempo y dinero en entornos donde existe un cierto grado de incertidumbre.

**Olfato para las oportunidades:** Tienen un alto nivel de observación e investigación, lo cual facilita encontrar nueva información relacionada con el negocio abriendo grandes oportunidades que el resto no ve.

**Calidad y eficiencia:** Tienen el conocimiento de que las tareas tanto internas como externas de la empresa deben ser realizadas eficientemente y en poco tiempo, por lo tanto, son capaces de omitir procesos innecesarios.

**Persistentes en sus objetivos:** A pesar de encontrar obstáculos en el proceso de su empresa no se desaniman, muchas veces se han encontrado en caídas o quiebras, sin embargo, el grado de superación y logro es más alto que les permite aprender de sus errores y continuar.

Puntualidad y compromiso: Cumplen con las fechas y horas acordadas con clientes o proveedores en las diferentes actividades de la empresa ya sea internas o externas.

Planificación: Para evitar caer en la improvisación, los proyectos que tienden a realizarse basados en la planificación son los que perduran en el futuro.

Evaluación en función de objetivos: Evaluar el desempeño y rendimiento de la empresa y de sus empleados asegura el cumplimiento de los resultados planteados en un inicio.

Trabajo en equipo: La generación de redes de apoyo interna como externamente permiten prevalecer el trabajo el carácter individual.

Si bien es cierto cada uno de los autores estudiados enumera un listado significativo de características y habilidades de los emprendedores, en general poseen cierta similitud, Rodríguez (2011) realiza una recopilación de los principales dependiendo su naturaleza.

### Característica de los emprendedores

<b>1.- Factores motivacionales</b>	Necesidad de logro
	Necesidad de reconocimiento
	Necesidad de desarrollo personal
	Percepción del beneficio económico
	Baja necesidad de poder y estatus
	Necesidad de independencia
	Necesidad de afiliación o ayuda a los demás
	Necesidad de escape, refugio o subsistencia
<b>2.- Características personales</b>	Iniciativa personal
	Capacidad de decisión
	Aceptación de riesgos moderados
	Orientación hacia la oportunidad
	Estabilidad emocional/autocontrol
	Orientación hacia metas específicas
	Locus de control interno (atribuye a si mismo sus éxitos o fracasos)
	Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbres
	Es receptivo en sus relaciones sociales
	Posee sentido de urgencia/tiempo valioso
	Honestidad/integridad y confianza
	Perseverancia/constancia
	Responsabilidad personal
	Es individualista
	Es optimista
<b>3.- Características físicas</b>	Energía
	Trabajo con ahínco
<b>4.- Características intelectuales</b>	Versatilidad/flexibilidad
	Creatividad/imaginación/innovación
	Búsqueda de la verdad e información
	Planificación y seguimiento sistemático de resultados
	Capacidad para analizar el ambiente (reflexión)
	Visión comprensiva de los problemas
	Capacidad para solucionar problemas
<b>5.- Competencias generales</b>	Planificación con límites de tiempo
	Liderazgo
	Orientación al cliente
	Capacidad para conseguir recursos
	Gerente/administrador de recursos
	Patrón de factores de producción
	Exige eficiencia y calidad
	Dirección y gestión de la empresa
	Red de contacto
	Comunicación

figura 4. Tomado de: El emprendedor de éxito.

Tomando las características del emprendedor en relación a su entorno, podríamos indicar que se resumen en cuatro dimensiones en las que se debe reconocer a un emprendedor, estas son; actitudes, aptitudes, capacidad emprendedora y experiencia.

<b>APTITUDES Y HABILIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capacitación técnica específica</li> <li>✓ Capacitación en gestión de procesos de innovación</li> <li>✓ Experiencia en negocios</li> <li>✓ Conocimiento del mercado</li> <li>✓ Liderazgo</li> <li>✓ Capacidad para obtener recursos</li> <li>✓ Manejo y uso de la información</li> <li>✓ Tiempo dedicado al negocio</li> </ul>	<b>ACTITUDES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Propensión a asumir riesgos</li> <li>✓ Autonomía en las decisiones</li> <li>✓ Capacidad de enfrentar los problemas</li> <li>✓ Habilidad para crear un buen ambiente de trabajo</li> <li>✓ Definición de prioridades</li> <li>✓ Nivel de compromiso con el negocio</li> <li>✓ Responsabilidad</li> <li>✓ Flexibilidad</li> </ul>
<b>CAPACIDAD EMPRENDEDORA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Insatisfacción con los ingresos actuales</li> <li>✓ Compromiso con el trabajo</li> <li>✓ Persistencia y optimismo</li> <li>✓ Aceptación de responsabilidades</li> <li>✓ Búsqueda de recompensa</li> <li>✓ Organización y búsqueda de la excelencia</li> </ul>	<b>EXPERIENCIA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Resultados positivos en I+D (investigación y desarrollo)</li> <li>✓ Habilidad en la relación universidad empresas</li> <li>✓ Habilidad en dirección de grupos de I+D. Experiencia gerencial.</li> </ul>

*Cuadro 5. Tomado de: Incubar Colombia. Perfil de un emprendedor Exitoso.*

En la siguiente tabla se establecen los xxx según cada autor a través de la Historia:

<b>Autor</b>	<b>Atributo</b>
Stuart Mill (1848)	Tolerancia al riesgo
Weber (1917)	Fuente de autoridad formal
Knight (1947)	Gestión de riesgo e incertidumbre
Schumpeter (1934)	Innovación e iniciativa
Sutton (1954)	Responsabilidad
Hartman (1959)	Autoridad formal
McClelland (1961b)	Tolerancia al riesgo y necesidad de logro
Davids (1963)	Ambición, independencia. Responsabilidad y autoconfianza
Atkinson (1964)	Motivación, comportamiento individual
Pickle (1964)	Relaciones humanas, habilidades de comunicación, conocimientos técnicos
Rotter (1966)	Control interno
Hornaday and Aboud (1971)	Necesidad de logro, autonomía, poder, reconocimiento, innovación
Palmer (1971)	Asunción y control del riesgo
Kirzner (1973)	Alerta a las oportunidades
Winter (1973)	Afán de poder
Borland (1974)	Control percibido interno (locus de control interno)
Liles (1974)	Necesidad de logro
Gasse (1977)	Orientado por valores personales
Timmons (1989)	Autoconfianza, orientado a la innovación
Sexton (1986)	Energía, capacidad de enfrentarse a los problemas
Welsh y White (1981)	Necesidad de logro, asunción de riesgos, responsabilidad y compromiso
Dunkelgerg y Cooper (1982)	Independencia, orientado al crecimiento
Casson (1982)	Riesgo, innovación, poder, autoridad
De Bono (1984)	Optimismo, sentido de estrategia y sociabilidad
Fernald y Solomon (1986)	Orientado por los valores personales
Winslow y Solomon (1987)	Ligeramente sociopático
García Echevarría (1988)	Capacidad de transformación
Sexton, Bowman-Upton (1991)	Necesidad de logro, independencia, control interno y autorrealización
Thomas y Mueller (2000)	Riesgo, poder, locus de control interno, innovación
Lee y Tsang (2001)	Locus de control interno
Timmons y Spinelli (2009)	Obsesión por la oportunidad

*Cuadro 6. Tomado de: Gómez 2014. La intención emprendedora de los estudiantes universitarios de grados de diseño (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Educación a Distancia. UNED).*

Dadas todas las habilidades, actitudes, aptitudes y demás características de un emprendedor es preciso citar que todo diseñador gráfico que desee realizar el ejercicio de emprendimiento, está ineludiblemente comprometido a cumplirlas, si no que por el contrario debe tener todos los conceptos desde el diseño mismo como la innovación, creatividad, claros y presto a desarrollarlos a medida del día a día y las necesidades de cada mercado independientemente de la línea de trabajo en que se desenvuelva.

Por otro lado, la realidad colombiana, frente al emprendimiento desde la academia es desalentador, ya que según cita la revista Dinero, Según una encuesta citada por la Asociación de Emprendedores de Colombia (Asec), el 56% de las personas del país cree las entidades educativas como las universidades no brindan formación suficiente sobre el emprendimiento y creación de nuevos negocios. “Esto es una barrera muy grande ya que sin bases educativas, no es posible un progreso empresarial adecuado”, lamentó Asec en un informe divulgado este martes. En el informe sobre “Las 10 barreras del emprendedor en Colombia” se explica que muchos de los empresarios no tienen conocimiento acerca de cómo deben empezar a formar su negocio formalmente. Si bien es cierto, los esfuerzos de la Universidades, en este caso la Universidad Piloto de Colombia, han sido significativos, son efímeros frente a los resultados obtenidos y que se demuestran en los resultados obtenidos de la encuesta realizada y de la falta de precisión y conocimiento de los egresados del programa de diseño gráfico en cuánto a su desempeño laboral luego de terminar sus estudios.

Así mismo, la situación a transformar, es la falta de herramientas reales desde la Universidad para el estudiante de diseño gráfico y futuro Diseñador gráfico, proporcionando no sólo los conceptos y conocimientos de Diseño para ser un excelente profesional, como empleado, si no siendo emprendedor exitoso y realizar todo tipo de apalancamiento interinstitucional que

permita optimizar las habilidades y conocimientos adquiridos para abrir el camino del emprendimiento como instrumento transformador para ésta comunidad objeto de estudio.

Por último, queremos citar dos conceptos que son de carácter significativo, para el emprendimiento, ya que son simbióticos al mismo; el primero de ellos el empoderamiento; que según refiere Espinos (2013). La palabra ‘empoderamiento’, usada informalmente en algunos círculos académicos y políticos, no existe formalmente como un término castellano. Su origen del inglés “empowerment” se refiere al acto de ‘hacerse fuerte y confiado, especialmente en controlar su vida y reclamar sus derechos’

Así mismo según el mismo autor, el individuo mismo es la única autoridad para legitimar un resultado. En términos concretos, el empoderamiento efectivo de un individuo solo puede ser avalado por el individuo mismo. En pocas palabras y en forma casi natural del término mismo, empoderamiento consiste en adquirir poder; nos refiere de inmediato al acto de adquisición de poder para emprender.

Por último, la Innovación en el diseño gráfico, Según indica el Instituto de Mercadotecnia y publicidad, El término innovación se ha usado de múltiples maneras y aplicado a distintas disciplinas a lo largo el tiempo. La innovación es convertir y transformar ideas en algo que el mercado reconozca, necesite y en algo que mejore la calidad de vida de un usuario final. Va aunado a la creatividad porque la creatividad es el primer paso, pero la innovación es la capacidad de aplicar esa creatividad en ideas concretas, realizables y útiles.

Para el mismo Portal web, innovar en el Diseño gráfico, innovar significa aportar algo nuevo y desconocido que además funcione para comunicar algo en especial. También significa introducir modificaciones a lo que ya está hecho para que sobresalga de lo tradicional y de lo ya



conocido. El diseño debe ser viable y útil. Cuando hablamos de diseño gráfico publicitario, por ejemplo, se innovará solo si el diseño envía un mensaje claro y termina realmente apoyando a los objetivos, realizándolos e incluso superando las expectativas.

La innovación en diseño gráfico debe cumplir con lo siguiente:

Entender al mercado: es decir, que debe cumplir con ciertos criterios respecto a lo útil que va a ser para algo o alguien, ya sea transmitir el mensaje de una marca o comunicar para persuadir, por ejemplo.

Tener una fórmula casi científica: Reproducible y mejorable.

Sostenible: tiene que estar a la altura de las posibilidades económicas de la organización bajo la que se ampara para su ejecución.

Conseguir un diseño innovador, comunicar siempre de forma efectiva, lograr tus objetivos aspiraciones como creativo, pero también los de las empresas en el mercado.

### **3. Metodología**

Una investigación aplicada al diseño gráfico es aquella que indaga un proceso investigativo, es una metodología que inspira al diseñador a guiar, explorar y analizar el desarrollo de un proyecto. Por consiguiente, es capaz de apoyarse en herramientas de recolección de datos para comprender y dirigir al diseñador a conocer un conjunto de problemas u oportunidades que existe dentro de un grupo de personas establecido.

Partiendo de la finalidad de este proceso investigativo, se toma como referencia de apoyo metodológico a Bruce Archer, la cual formula una metodología sistémica y define esta metodología de diseño. Según refiere Munari (2010); “seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles”

Por consiguiente, este proceso metodológico de diseño consta de tres etapas las cuales se dividen en etapa analítica, creativa y de ejecución.

#### **3.1. Criterios de Inclusión:**

A partir de la primera etapa de investigación para el desarrollo del proyecto se basó en la recolección de datos literarios para comprender y analizar los estudios recientes en los que se evidencian el emprendimiento, la innovación, importancia de los dos anteriores en los estudiantes de diseño gráfico de la Universidad Piloto de Colombia. Estudios y teorías sobre la planificación estratégica y uso de metodologías que puedan aplicarse al diseño gráfico en Colombia. Al igual se tiene en cuenta el concepto transversal basado en la importancia del espíritu emprendedor, teniendo en cuenta estudios y conceptos de autores.

### 3.1.2. Eje de Investigación transversal

La importancia del espíritu emprendedor, la innovación y el emprendimiento se ha convertido en un aspecto prioritario en las estrategias de los gobiernos y las distintas instituciones que buscan el desarrollo económico y social de las regiones y los países. Desde esta perspectiva, las universidades, como entornos de investigación, centros de educación y espacios privilegiados para el encuentro social, se han convertido en actores importantes en la promoción del emprendimiento en su entorno Álvarez.(2016) ha motivado, a nivel internacional, un rápido crecimiento de la investigación sobre la educación para el emprendimiento y su impacto en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios.

Según el mismo estudio citado con antelación. En Colombia el campo de estudio se convierte en un factor decisivo y determinante a la hora de tener una intención emprendedora. Indican los resultados arrojados por la encuesta hecha para ésta investigación en nuestro País. Ver Figura 5.

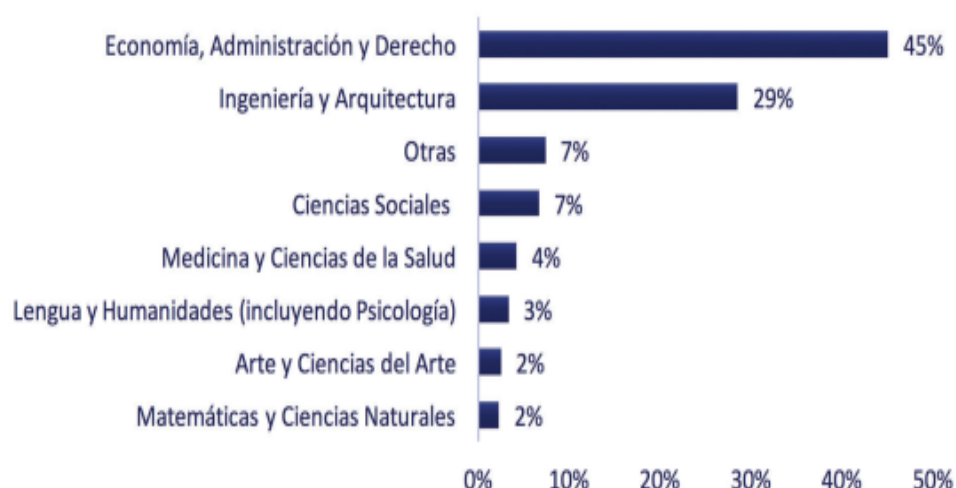
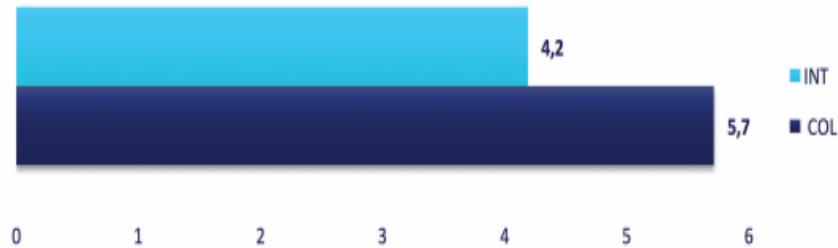


Figura 5. Campo de estudio desagregado.

El estudio confirma el hecho de que en Colombia existe una fuerte intención emprendedora con respecto a los otros países, con un valor de 1,5 por encima del promedio mundial. Así lo expone la figura 6.



De acuerdo con datos internacionales, Colombia es el sexto país con mayor fuerza de intención emprendedora después de Ecuador, El Salvador, Panamá, Perú y México. Un patrón contrario lo dan los países desarrollados como Canadá, Estados Unidos,

*Figura 6. Fuerza de la intención emprendedora – Colombia vs. Internacional*

El Emprendedor innovador, es un innovador, es decir que crea un tipo de producto renovado lo que conlleva a crear un mercado nuevo o mejora alguno que ya existe, el emprendedor innovador se da en Universidades o en algún centro donde realizan investigaciones, las creaciones que ellos realizan son bienes intangibles es decir la creación de diseños nuevos, según refiere Varela (2015).

Refiere Vecchio, 2014 “El diseñador busca la innovación dentro del diseño. Sin embargo, de acuerdo a la situación actual, existen aspectos complementarios al talento creativo que deben ser tomados en cuenta, y allí se encuentra la innovación en el sector de industrias creativas en general y en el diseño gráfico en particular: en la actitud del creativo en relación a su profesión, y en el modelo de negocio que desea llevar adelante. En definitiva, en la integración de habilidades creativas, emprendedoras y de gestión.”

De lo anterior afirmamos, que la innovación del diseñador gráfico lo mueve es su creatividad, el querer innovar, tener ese deseo de explotar toda su creatividad y que el mundo lo vea como un emprendedor enfocado en que es lo que va a ofrecer.

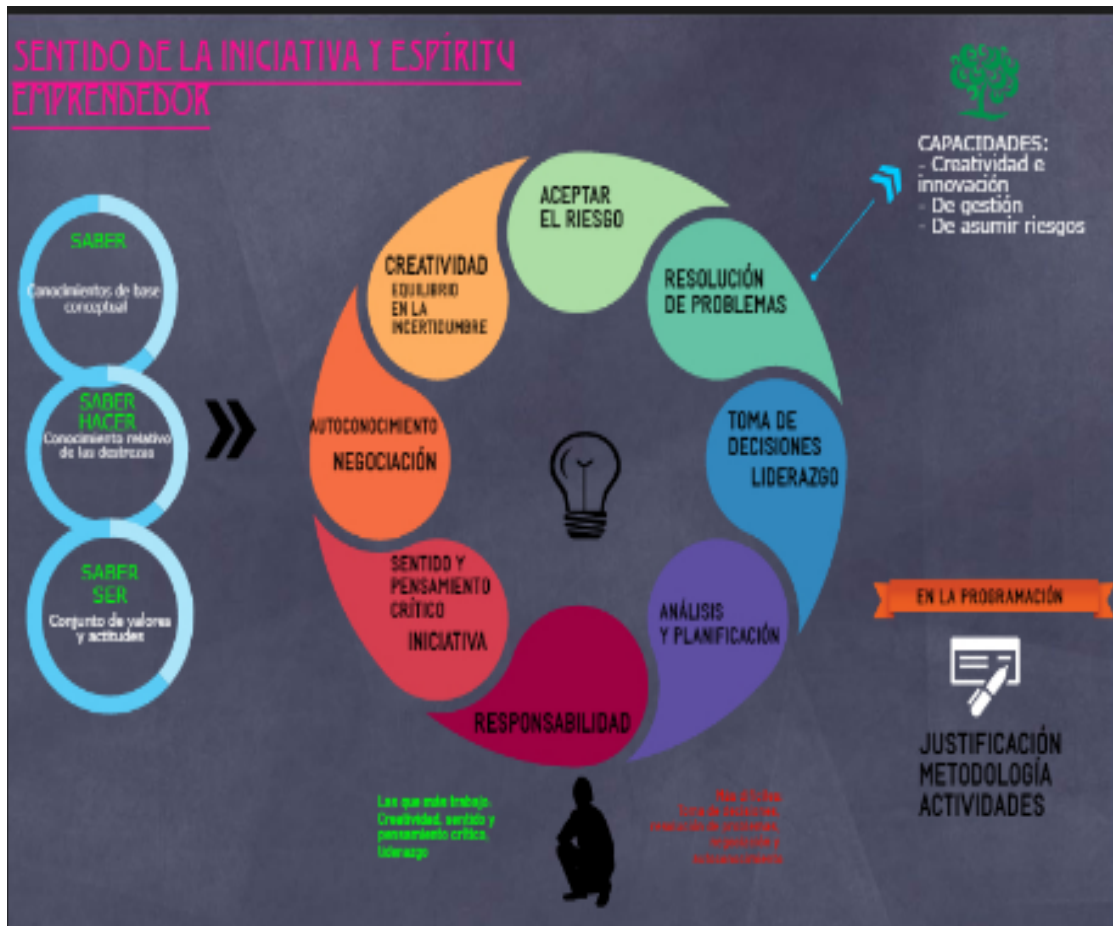


Figura 7. Tomado de: MOOC INTEF.

### **3.1.3. Criterios de Exclusión**

Teorías y conceptos no aplicables al emprendimiento, la innovación y su aplicabilidad al diseño gráfico, legislación no vigente.

Herramientas, aparatos, materiales o instrumentos: Como investigadores nos mantenemos al margen del fenómeno estudiado, nos limitamos a registrar la información con que se cuenta en la literatura y en los registros gubernamentales y periodísticos a nivel nacional e internacional. De esta manera se evita la relación directa con el fenómeno, pretendiendo obtener la máxima objetividad y veracidad posible.

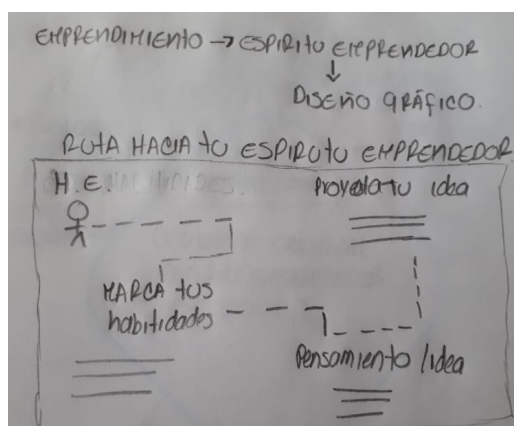
En relación a la metodología para la recolección de datos, se debe citar que se lleva a cabo mediante una revisión sistemática de literatura.

### **3.2. Etapas del proyecto:**

Etapa 1: Recolección de la información de forma indagatoria de tipo contextual para la aproximación del tema desarrollado.

Etapa 2: Interpretación y análisis de la información por medio del desarrollo analítico de la información obtenida siguiente a la revisión sistemática de la literatura y la tabulación de las encuestas ejecutadas. Adicionalmente se realizó una entrevista semiestructurada al coordinador de emprendimiento Julián Gutiérrez por medio de la cual se indagó sobre el acercamiento de estudiantes de diseño gráfico frente al trasfondo del emprendimiento.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente se decide construir una herramienta de diseño capaz de generar conciencia frente a los estudiantes en torno al desarrollo de su espíritu emprendedor, teniendo en cuenta el desarrollo de la etapa 1 y el proceso analítico e indagatorio de la recolección de datos de encuestas e información, se promueve el desarrollo de una herramienta de diseño el cual incentive el desarrollo del espíritu emprendedor en estudiantes de diseño gráfico, esta medida se toma como referencia de la falta de conocimiento y desarrollo del espíritu emprendedor por parte de los estudiantes; dicha herramienta consta de unos pasos específicos en donde el estudiante podrá conocer y desarrollar sus habilidades, no obstante esta herramienta tiene la intención de generar conciencia en estudiantes de diseño gráfico los cuales desean ser emprendedores. Para la construcción de esta herramienta se dio paso a los primeros hallazgos:



Inicialmente se pensó en realizar una ruta sobre las habilidades que debía tener una persona que piensa en emprendimiento, sin embargo, se descartó la idea ya que lo que se busca previamente es que los estudiantes de diseño gráficos reflexionen sobre sus habilidades de emprendimiento y hagan un recorrido experimental para que conozcan su espíritu emprendedor. Ya entrando a la etapa de diseño se desarrolló totalmente la idea de un prototipo como lo es la libreta sobre el espíritu emprendedor.

Etapa 3: Presentación de análisis final a manera de conclusiones y resultados; presentación formal del proyecto, entrega de Herramienta de diseño.

### **3.3. Método de análisis e interpretación de los datos.**

#### **3.3.1. Revisión de literatura.**

La búsqueda de literatura se realizó desde diferentes fuentes de información como son: información documental, institucional y personal. La recopilación de información documental tuvo en cuenta fuentes primarias y secundarias, tales como: revisión de Trabajos Profesional Integrado –TPI, informes de investigación de diferentes entidades a nivel nacional, artículos publicados en diferentes revistas científicas, normas a nivel nacional e internacional.

De la misma manera, debo citar la recopilación de información de fuentes periodísticas, debido a la injerencia e impacto social del contenido del presente trabajo.

El método de selección de información para la revisión de literatura consistió en la utilización de técnicas de registro y de clasificación de la información, tales como: fichas de contenido, memorandos analíticos, entre otros.

Una muestra aleatoria de 45 estudiantes resultantes del análisis de la asistencia al centro. Se propone realizar la encuesta que se presenta a continuación a los 45 estudiantes determinados por el análisis estadístico, del mismo modo se sugiere la realización de graficas que permitan visualizar de forma coherente los resultados de esta.



La encuesta propuesta es la siguiente:

La presente encuesta se realiza para conocer la viabilidad de implementación de una metodología, para la planeación de proyectos de emprendimiento innovador de los estudiantes de últimos semestres de diseño gráfico de la Universidad Piloto de Colombia. Que permita la optimización del potencial emprendedor de los futuros Diseñadores gráficos.

## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE ÚLTIMOS SEMESTRES DE DISEÑO GRÁFICO DE LA UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

**> DISEÑADOR EMPRENDEDOR**

1. ¿Su edad es: 2. su género es: 3. ¿Qué taller se encuentra cursando?

4. ¿Cómo diseñador gráfico cual es su proyección laboral?

☐ Diseñador Dependiente  
 Diseñador como empleado de una empresa o de un negocio.  
☐ Diseñador independiente  
 Diseñador por su propia cuenta, es decir, que no trabaja para un negocio o empresa.  
☐ Crear su propia empresa  
 Crear la propia empresa propia, para ofrecer un servicio o producto en el mercado.  
 Mantener una empresa propia.  
 Mantener una empresa propia.

5. ¿Es para usted una expectativa de futuro viable crear su propia empresa?

Muy importante ☐ **100**  
 Importante ☐  
 Poco importante ☐  
 No es importante ☐

6. ¿Cuál es el nivel de conocimiento que tiene sobre el tema de emprendimiento?

Muy desarrollado ☐  
 Poco desarrollado ☐  
 Es la primera vez que escucho del tema ☐

7. ¿Quién le ha suministrado información sobre emprendimiento?

☐ La universidad  
☐ El programa  
☐ Ninguno de los anteriores

8. ¿Considera que el programa de Diseño Gráfico de la Universidad Piloto de Colombia, le ha proporcionado de manera efectiva los conocimientos básicos para ser emprendedor (idearlo, conferenciar, simposios, talleres o encuentros interinstitucionales)?

☐ Si ☐ No

9. ¿En los siguientes temas, ¿cuál considera que debería implementarse en la Universidad Piloto de Colombia para fomentar el emprendimiento en los estudiantes de Diseño Gráfico?

☐ Incentivos académicos por participar y presentar proyectos sobre modelos de negocio en Diseño gráfico y emprendimiento innovador.  
☐ Semilleros de investigación que fomenten la creatividad y den origen a posibles ideas de emprendimiento innovador.  
☐ Ninguna. Ya que usted no considera importante el emprendimiento en el desempeño laboral del futuro Diseñador Gráfico.

10. ¿Cuáles son las oportunidades que considera importantes para el emprendimiento?

☐ Responsabilidad.  
☐ Liderazgo.  
☐ Disciplina.  
☐ Autonomía.  
☐ Capacidad para innovar.  
☐ Trabajo en equipo.  
☐ Red de contactos empresariales.  
☐ Perseverancia.  
☐ Capacidad de decisión.  
☐ Capacidad de relacionarse con el entorno.  
☐ Perseverancia.  
☐ Resiliencia.

### 3.4. Resultados.

#### 1. Promedio de Edades por género

##### 1. Promedio de Edades por género

EDAD	HOMBRE	MUJER	TOTAL
18	1	2	3
19	1	2	3
20	5	2	7
21	5	5	10
22	3	3	6
23	5	1	6
24	2	1	3
25	1	1	2
26	0	1	1
27	1	0	1
28	1	0	1
29	1	0	1
32	0	1	1

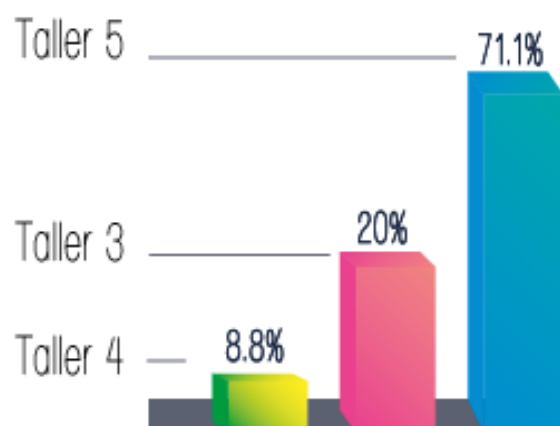
## 2. Promedio de género

## 2. Promedio de género

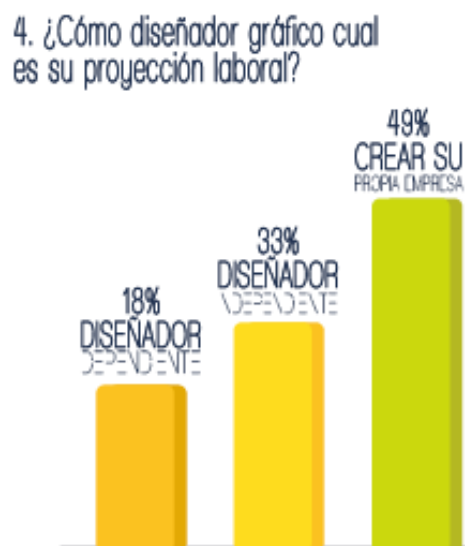
EDAD	HOMBRE	MUJER	TOTAL
18-20	7	6	13
21-23	13	9	22
24-26	3	3	6
27-32	3	1	4

## 3. Taller que cursa

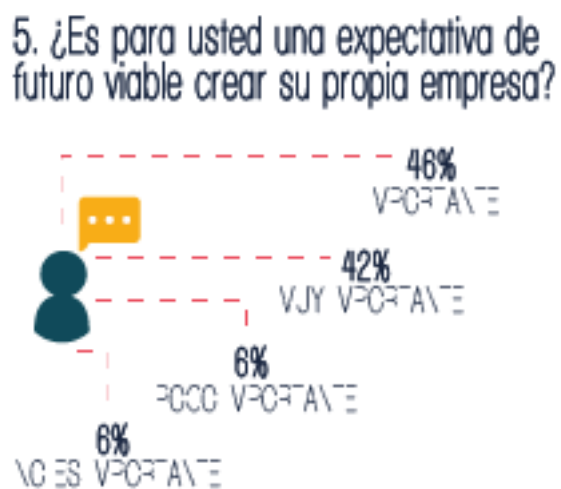
## 3. Taller que cursa



4. ¿Cómo diseñador gráfico cual es su proyección laboral?

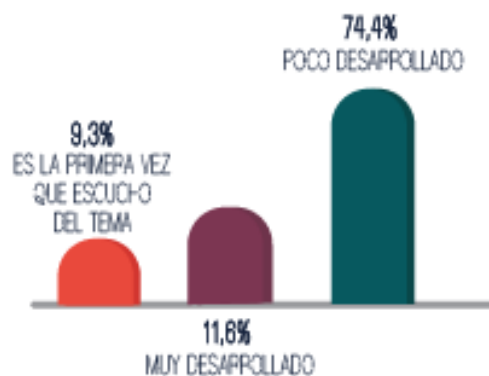


5. ¿Es para usted una expectativa de futuro viable crear su propia empresa?



6. ¿Cuál es el nivel de conocimiento que tiene sobre el tema de emprendimiento?

6. ¿Cuál es el nivel de conocimiento que tiene sobre el tema de emprendimiento?



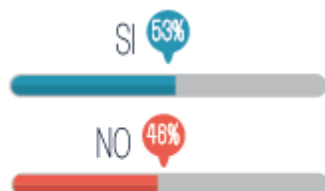
7. ¿Quién le ha suministrado información sobre emprendimiento?

7. ¿Quién le ha suministrado información sobre emprendimiento?



8. ¿Considera que el programa de Diseño Gráfico de la Universidad Piloto de Colombia, le ha proporcionado de manera efectiva los conocimientos básicos para ser emprendedor (cátedra, conferencias, simposios, talleres o encuentros interinstitucionales)?

8. ¿Considera que el programa de Diseño Gráfico de la Universidad Piloto de Colombia, le ha proporcionado de manera efectiva los conocimientos básicos para ser emprendedor (cátedra, conferencias, simposios, talleres o encuentros interinstitucionales)?



9. ¿De las siguientes herramientas ¿Cuál considera que debería implementar la Universidad Piloto de Colombia para fomentar el emprendimiento en los estudiantes de Diseño Gráfico?

9. De las siguientes herramientas ¿Cuál considera que debería implementar la Universidad Piloto de Colombia para fomentar el emprendimiento en los estudiantes de Diseño Gráfico?



10. ¿Cuáles son las capacidades que considera importantes para el emprendimiento?

10. Cuáles son las capacidades que considera importantes para el emprendimiento?

CAPACIDADES	TOTAL
RESPONSABILIDAD	32
LIDERAZGO	28
DISCIPLINA	32
AUTONOMÍA	20
CAPACIDAD PARA INNOVAR	28
TRABAJO EN EQUIPO	30
RED DE CONTACTOS EMPRESARIALES	21
PERSEVERANCIA	23
CAPACIDAD DE DECISIÓN	22
CAPACIDAD DE RELACIONARSE CON EL ENTORNO	19
RESILIENCIA	11

La entrevista propuesta al coordinador de emprendimiento de la universidad piloto de Colombia fue la siguiente:

JULIAN GUTIERREZ (CORDINADOR DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA)

¿Qué paradigma de emprendimiento tiene la universidad piloto de Colombia?

Las definiciones que te voy a dar han salido de un consenso entre proyección social, egresados y varias facultades con las que venimos trabajando, cómo está la definición de emprendimiento para la universidad piloto es esa capacidad de transformar y más allá de la generación de ingresos lo que buscamos es que el emprendedor de la universidad sea capaz de transformar su contexto social, laboral, ambiental o empresarial. Y digamos que ahí cabe casi todo lo que hacemos sobre emprendimiento dentro de la universidad, digamos que esas son las líneas gruesas sobre lo que trabajamos y de ahí también sale lo que es un emprendedor, digamos que el emprendedor Piloto es ese ser humano capaz de entender dónde está, y capaz de cambiar el contexto en el que anda digamos que nosotros somos conscientes que la mayoría de egresados va a terminar empleándose, entonces le apostamos todo al tema de emprendimiento.

¿Con qué facultad es el centro de emprendimiento trabaja?

Hemos trabajado con arquitectura, con mecatrónica, psicología, diseño gráfico, administración de empresas, ingeniería civil e ingeniería de mercados, ahorita se está haciendo algo con ingeniería de telecomunicaciones con contabilidad y negocios internacionales pero eso es muy reciente y estos que te conté antes vienen de hace 2 años para acá, de hecho nosotros, con diseño gráfico asesoramos varios proyectos de grado hace 2 o 3 años aproximadamente, con el



profesor Juan Pablo, queda una cátedra de fotografía, si mal no recuerdo, y de allí salieron unos planes de negocio, entonces ustedes tenían el logo y nosotros le brindamos un acompañamiento al modelo de negocio, lo cual era muy curioso ya que un diseñador se enfoca en la creación de una pastelería, otro de cocina, había otra chica que le encantaba el tema de los perros que era una guardería de perros. Por consiguiente, el enfoque era en los modelos de negocio y no en el diseño. Así lo trabajamos.

¿Qué modelos de emprendimiento hay o existen dentro de la universidad piloto de Colombia?

Yo creo que hay dos, uno que es la generación de ideas de negocio que tú lo encuentras en varias facultades, y otro que nosotros trabajamos acá qué es el desarrollo de clientes. Cuando tú tienes una súper idea de negocio no creas que con esa idea vas a cambiar el mundo, nosotros le apostamos más a que puedas encontrar un cliente que está dispuesto pagar por una necesidad y sobre eso trabajamos. De esta manera aciertas y luego de revisar su viabilidad, qué tan conforme es para el cliente; a partir de allí se desarrollan varias actividades, todas en relación de un modelo de negocio, eso es como en términos generales.

¿Cuál es la postura que la universidad piloto tiene frente a todo el tema de emprendimiento?

Está determinada desde la proyección social, egresados y prácticas y lo que estamos haciendo acá en administración. Yo creo que la noción que nosotros tenemos acá en emprendimiento digamos que se pretende trabajar un tema curricular porque todavía es muy escaso, tal vez hay tres o cuatro carreras que tienen materias de emprendimiento el resto no tiene ni idea de que eso existe, con los egresados estamos trabajando mucho más sobre los ciclos de emprendimiento que son esas capacitaciones que son un martes cada 15 días, digamos que es donde se choca el emprendedor con esa posibilidad de hacer algo. A mi parecer el consenso

alrededor del emprendimiento todavía está lejos, ya que el rector y la vicerrectora todavía tienen ciertas diferencias frente a los contenidos y lo que se enseña pero ya hay algunas acciones que hacen que esto se comience a visibilizar, de hecho hace 15 días hicimos un working de creativos y culturales y fue muy curioso porque llegaron personas de arquitectura, de ingeniería civil y pues en realidad nadie llegó de diseño gráfico incluso la invitación la tenía los directivos de diseño gráfico, entonces ahí es donde yo digo, yo no sé si es que la información no baja no fluye porque el espacio fue súper interesante vino gente de artes visuales de la Universidad Nacional vino gente de diseño gráfico de la Tadeo y empresarios que están haciendo cosas, entonces venían a ver qué encontraban, fueron cuatro estudiantes de administración de empresas y otras estudiantes que tienen su propia empresa lo cual genera ingresos creativos y culturales pero no fue nadie diseño.

En 15 días tenemos en la universidad libre proyectos alrededor insumos creativos y culturales y de diseño gráfico Siguen sin registrarse estudiantes o profesores entonces yo ya estoy pensando pedir la base de datos de egresados para que la información se las envíen directamente porque creo que el programa no le interesa estos temas de emprendimiento.

¿Entonces se puede decir que programa de diseño gráfico no tiene una visión frente al emprendimiento?

Yo creo que el programa diseño gráfico no está interesado en abarcar temas de emprendimiento yo creo que no hay un puente que permita comunicar toda la información que sale de acá de coordinación de emprendimiento, en cambio hay programas de la universidad que sí se están interesando por mostrarle los estudiantes todo el tema de emprendimiento.

¿Cuál es su visión respecto a que los diseñadores gráficos sean emprendedores?

Yo creo que un diseñador gráfico tiene la capacidad de poder ser emprendedor ya que cuenta con varias de las características de un emprendedor, dentro de ellas ser creativo ya que en estos momentos los diseñadores están haciendo cosas muy interesantes.

### 3.4.1. Conclusiones

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a la muestra seleccionada concuerdan con la necesidad de la elaboración de una herramienta desde el Diseño Gráfico, el espíritu emprendedor y el emprendimiento.

La información contenida en la herramienta de Diseño es un aporte significativo para el estudiante de Diseño Gráfico, para incentivarlo no sólo a emprender, sino para brindarle la oportunidad de maximizar su espíritu emprendedor e innovador.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos por la elaboración de dicha encuesta se puede concluir que:

- Los estudiantes de últimos talleres del programa de diseño gráfico de la Universidad Piloto de Colombia pretenden tener una proyección laboral y de crear su propia empresa a futuro.
- La importancia del nivel de emprendimiento brindado por parte de la Universidad y el programa es poco desarrollada lo que genera en los estudiantes que no se desarrolle su espíritu emprendedor y habilidades que se requiere para emprender.
- Es importante proponer una herramienta capaz de apoyar a los estudiantes de diseño gráfico, con el fin de que los diseñadores gráficos puedan desarrollar su espíritu emprendedor y así puedan analizar y reconocer sus habilidades para pensar en emprendimiento.
- Teniendo en cuenta los resultados obtenidos por la elaboración de la entrevista semi estructura al coordinador de emprendimiento puede concluir que:

- Los estudiantes de diseño gráfico de la universidad piloto de Colombia muestran poco interés frente al tema de emprendimiento ya que no se hace un acercamiento directo al programa para empoderarse del tema.
- Es necesario que tanto el programa de diseño gráfico como la coordinación de emprendimiento de la universidad trabajen unificadamente para lograr que los estudiantes de diseño gráfico aprendan sobre el desarrollo del espíritu emprendedor.
- Teniendo en cuenta lo dicho por el coordinador de emprendimiento los estudiantes de diseño gráfico de la universidad piloto de Colombia cuentan con la capacidad de pensar y desarrollar su espíritu emprendedor siempre y cuando tanto la universidad como el programa les brinde el apoyo necesario para que puedan desarrollar sus capacidades.

## **4. Etapa del proyecto.**

### **4.1. Diseño, propuesta de diseño**

#### **4.1.2. Nombre.**

Soy diseñador, soy emprendedor. Conociendo mi espíritu emprendedor

#### **4.1.3. Idea desarrollada.**

La creación de una propuesta de diseño de composición deber ser funcional para los estudiantes de diseño gráfico de la Universidad piloto de Colombia con el fin de que estos no se limiten al experimentar sus habilidades y pensamientos creativos, para alcanzar y hacer parte de una cultura con un pensamiento basado en el emprendimiento; por ello dicha propuesta promueve una sana reflexión y recorrido por entender, comprender y experimentar que tan desarrollado tienen su espíritu emprendedor los diseñadores gráficos de la Universidad Piloto, de aquí parte la iniciativa de crear una herramienta de diseño basada en experimentar el espíritu emprendedor adherido a esto se crea también un injerto (plegable) el cual expone ciertas definiciones puntuales sobre el tema abordado.

La distribución inicial de la libreta se realizará en el centro de emprendimiento de la Universidad creando un acercamiento entre la dependencia ya mencionada y los estudiantes, esta herramienta tendrá una inclusión dentro de la semana del emprendimiento en donde se realizan actividades de sensibilización el día 12 de Septiembre, dirigidas por el coordinador de dicho programa el cual atreves de diferentes ciclos y actividades promueve una concientización sobre el emprendimiento dentro y fuera de la universidad.

A continuación, se expondrá el proceso de elaboración, puesto que se tuvo en cuenta la recopilación de información teórica adquirir a lo largo de la investigación, de igual forma se tuvo en cuenta los resultados y análisis de las encuestas realizadas para llegar a crear un modelo de diseño con el fin de que los estudiantes de diseño gráfico pueden conocer su espíritu emprendedor.

La libreta de índole editorial llamada soy diseñador, soy emprendedor. Conociendo mi espíritu emprendedor; nace como una herramienta de apoyo para esos diseñadores gráficos de la universidad interesados en el proceso de conocer su espíritu emprendedor, es una herramienta la cual tiene una serie de pasos y conceptos claros en donde ayudaran al diseñador a ver el emprendimiento, el espíritu emprendedor y el diseño de forma creativa y a ver la cultura del emprendimiento como una posibilidad de llegar a generar una idea de negocio a futuro.

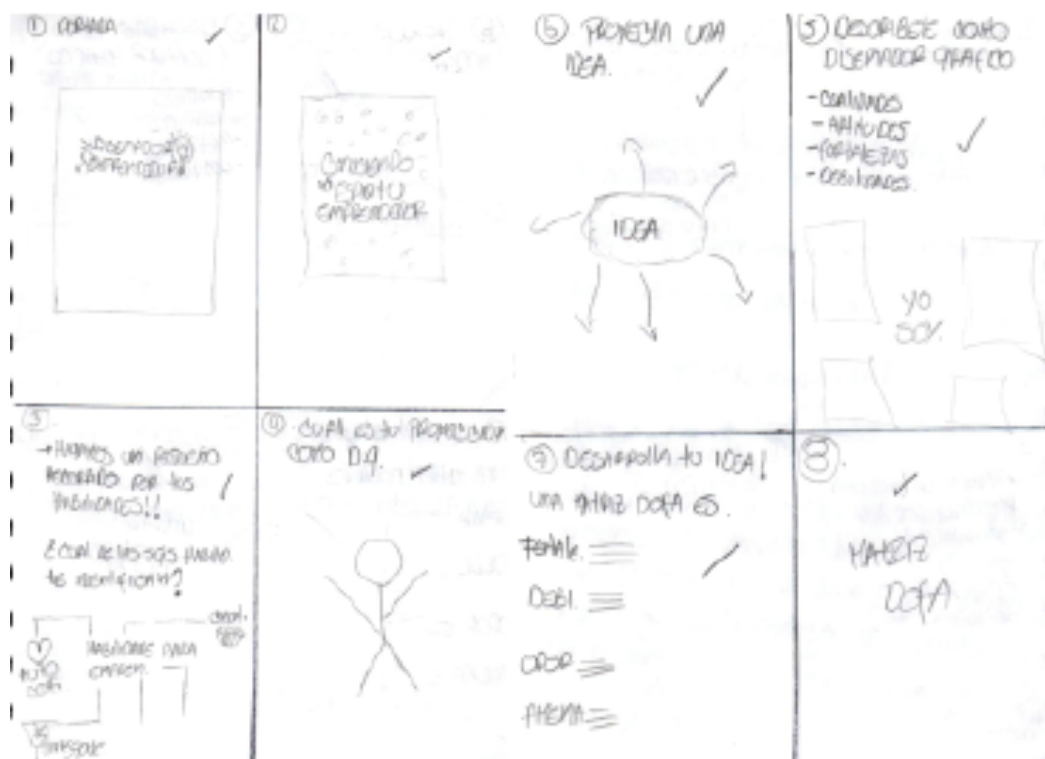
## 4.2. Resultados y procesos esperados

### 4.2.1. Bocetación.

iconos implementados en el proyecto



Figuras  
Geométricas





Para el primer acercamiento se tenía previsto la construcción de un plegable infográfico el cual brindaba información sobre emprendimiento, espíritu emprendedor y la relación entre diseño- innovación, sin embargo, esta primera propuesta se descartó ya que no lograba un acercamiento a los pasos que se requieren para llegar a mostrar cualidades del espíritu emprendedor, al volver a analizar detalladamente toda la información recopilada, se decidió elaborar una libreta la cual pudiera mostrar pasos acertados y pudiera dar evidencia de conceptos claros y pasos para que los estudiantes de diseño gráfico experimentaran su espíritu emprendedor, no obstante, el plegable infográfico no se descartó, ya que dicha opción pasó a ser un empaque con una ruta la cual muestra la orientación del programa de emprendimiento de la universidad y muestra ciertos conceptos sobre emprendimiento.

En los bocetos se puede ver el interior de las páginas internas de la libreta, en donde muestra evidencia de ciertos pasos por los cuales los estudiantes de diseño gráfico tendrán que marcar a conciencia que tanto saben sobre el tema ya mencionado, al igual se muestra los iconos implementados en el desarrollo de la libreta.

#### **4.2.2. Parámetros técnicos.**

Teniendo en cuenta la previa fase de bocetación se establece que cada diseñador debe ser autónomo de sus respuestas, por consiguiente, esta libreta es una herramienta la cual representa en parte las ideas que cada diseñador tiene frente al tema abordado y su capacidad para desarrollar ideas creativas e innovadoras; Pero antes de seguir adelante consideremos que todo diseñador gráfico que desee ser emprendedor debe tener habilidades, actitudes y aptitudes; ya que se debe comprometer a desarrollar su esencia innovadora y creativa desde su carrera

profesional; al igual los estudiantes deben comprender que el diseño gráfico y la innovación van ligadas a aportar algo nuevo a la sociedad, esto con el fin de que cada pieza o idea tengan una funcionalidad en lo que se quiere comunicar, pues deber ser útil y viable para la sociedad.

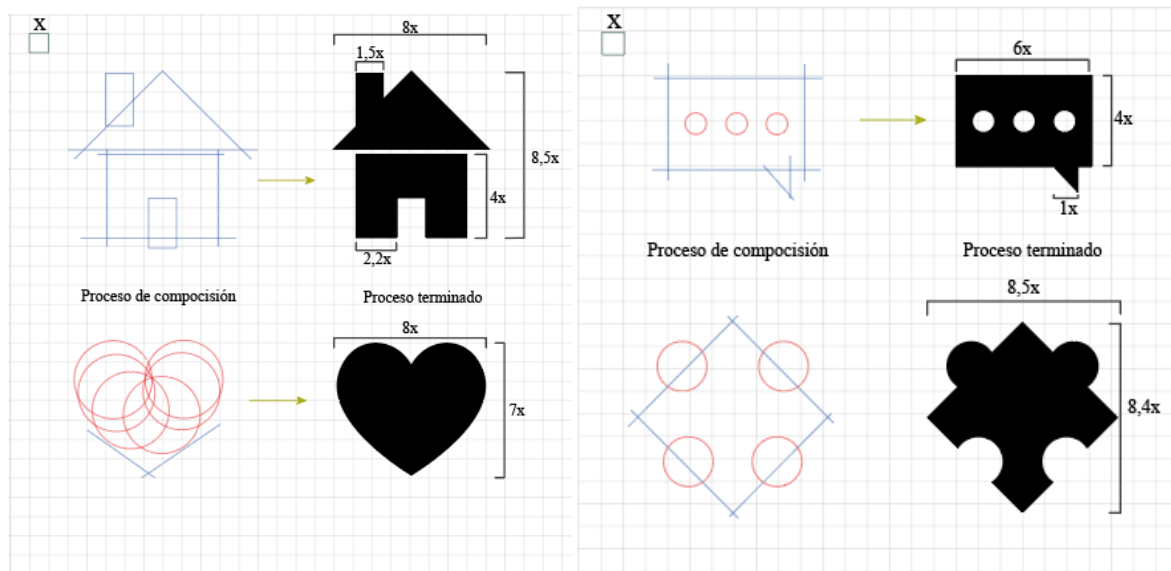
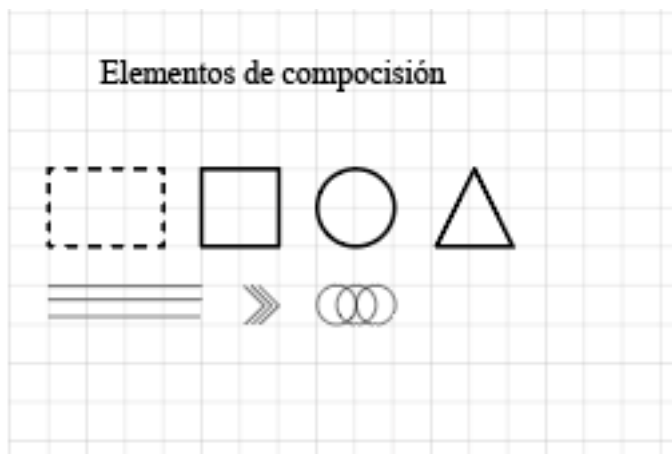
Dentro de los parámetros técnicos se evidencia que para lograr un desarrollo adecuado del producto se toma como referencia el manual de identidad de la Universidad Piloto de Colombia, ya que el producto va dirigido directamente a una dependencia de esta como lo es el centro de emprendimiento, para ello se establece que tanto la libreta como el empaque serán a dos tintas.

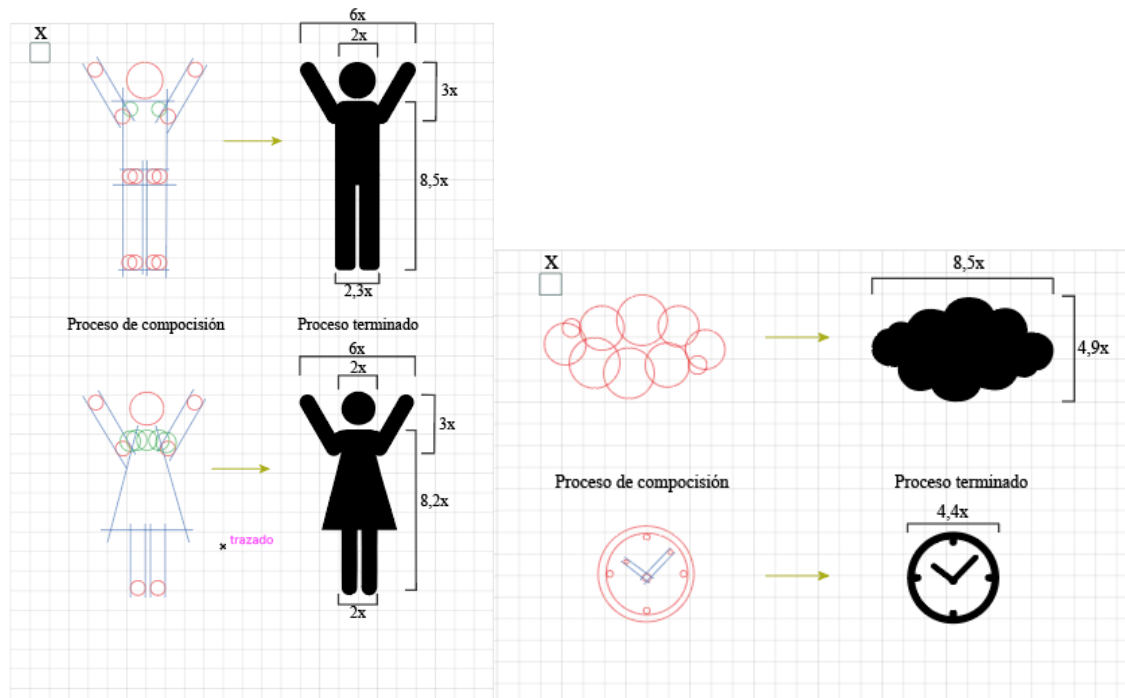
Para la usabilidad del producto se tiene en cuenta que en primera instancia el producto es una libreta esquemática pues su composición y desarrollo teórico se basa en destacar los rasgos más importantes sobre el espíritu emprendedor, dentro del producto de diseño se puede evidenciar que sus atributos constan de un lenguaje claro y orientado en la experiencia de cada estudiante pueda conocer que tanto sabe sobre su espíritu emprendedor.

Adicional a lo anterior se puede aclarar que la principal acción del producto es generar conciencia en los estudiantes de diseño gráfico de la Universidad Piloto, adherido a esto todo el componente textual se realizó teniendo en cuenta la revisión literaria de los marcos pues de allí fue donde se saco el componente textual de la libreta; así mismo sus principales atributos se general a partir de fuentes tipográficas sans serif y de pictogramas los cuales conforman el componente textual del producto, por otro lado se estableció que la libreta será en medio digital.

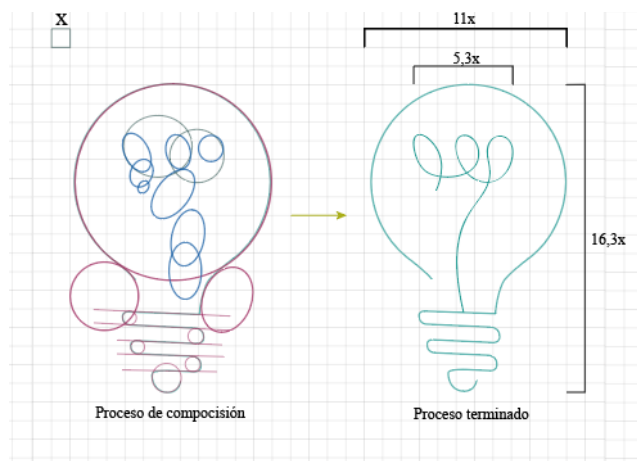
### 4.3. Composición reticular, iconos y figuras geométricas utilizadas.

La composición reticular está basada en la construcción de una retícula base, la cual se estima que el valor de X es la medida de un cuadro de la retícula elaborada.





#### 4.3.1. Composición reticular y elaboración de la libreta.



Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la metodología y la decisión de diseño, se tomó como referencia la elaboración de una libreta para el desarrollo de las habilidades del

espíritu emprendedor en estudiantes de diseño gráfico de la unipiloto, de igual manera se elabora un injerto el cual muestra conceptos específicos del tema abordado, por consiguiente, se decide que la composición reticular se basa a partir de elementos los cuales hacer parte del diseño interno y externo de la libreta, para especificar que: el identificador siendo la imagen visual de nuestra herramienta de apoyo está conformada por un pequeño símbolo y estructurado a la tipografía.



#### 4.3.2. Composición reticular y contenido del instructivo.

El instructivo Soy diseñador, soy emprendedor. Conociendo mi espíritu emprendedor, consta de 16 páginas las cuales se distribuyen de la siguiente manera:

#### 4.3.3. Portada.

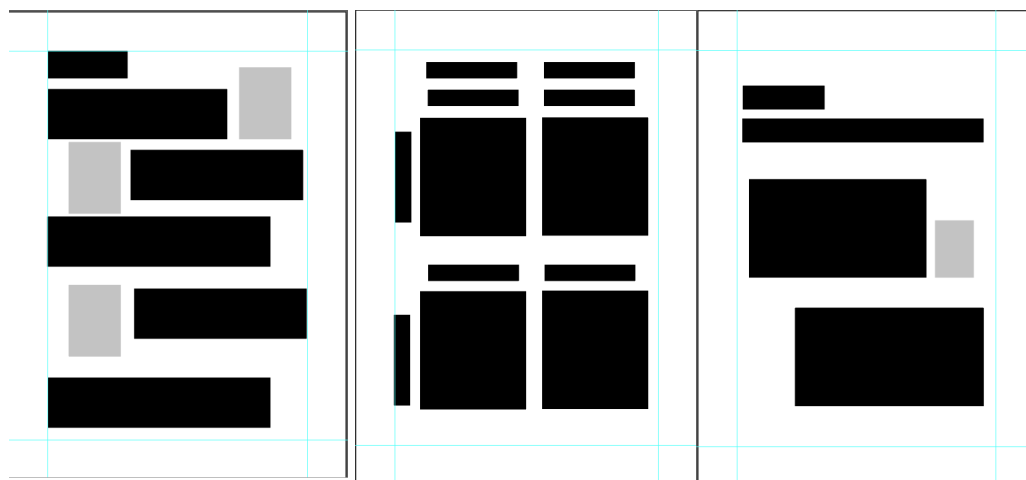
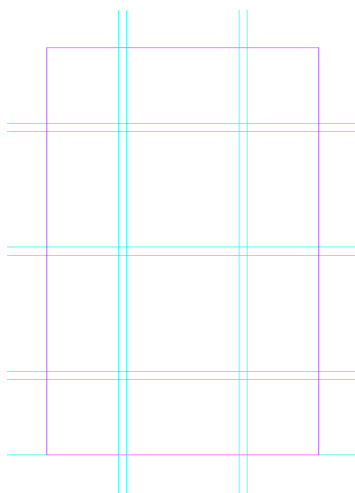
Cartón Kraft liner liso de 300 gr, con encuadernación rústica cosida, la cual se acopla a los 4 cuadernillos que equivalen a 16 páginas del instructivo y van cosidos con hilo y pegados a la tapa.

#### 4.3.4. Papel.

Mohawk Superfine de 118 gr

#### 4.3.5. Retícula, márgenes y formato.

El formato utilizado es vertical, con medidas estándar de 13 cm de ancho por 18 cm de alto. Con márgenes establecidas de 1,5 cm de altura de margen y 1,5 cm de ancho de margen.



#### 4.3.6. Tipografía.

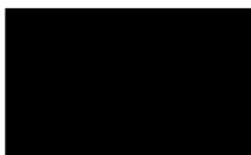
Para el desarrollo de la portada del libro y de las páginas internas de la libreta de utilizaron las siguientes tipografías:

WALLKWAY, fuente tipográfica diseñada por Gem Fonts

SUNN, fuente tipográfica diseñada por Paul Renner

#### 4.3.7. Gama cromática.

La gama cromática escogida se toma como referencia del manual de identidad de la universidad Piloto de Colombia, ya que el proyecto se realizó para el centro de emprendimiento de la universidad.



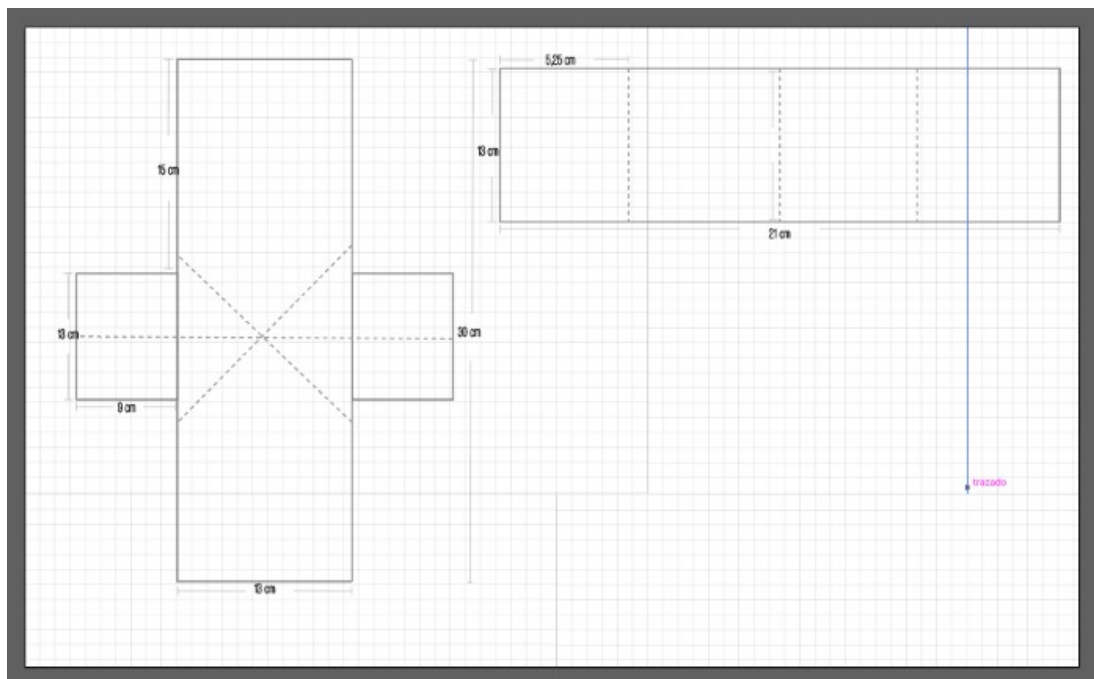
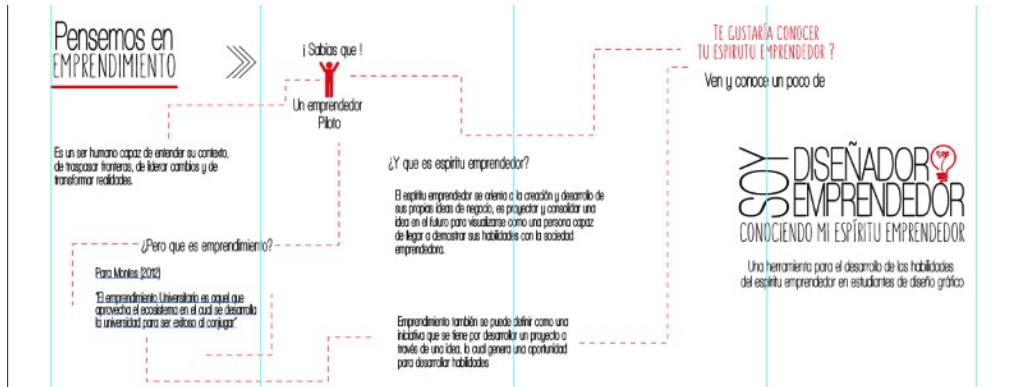
R0 G0 B0  
C0 M0 Y0 K100  
Websafe #000000



R255 G0 B0  
C0 M100 Y100 K0  
Websafe #ff0000

#### 4.3.8. Injerto (plegable)

Cartón Kraft liner liso de 400 gr, se estableció que el injerto será en media carta apaisado por una sola cara.





#### 4.4. Diseño



*Imagen 1. Visualización de portada*

ANTES DE COMENZAR PREGÚNTATE

¿QUIERO EMPRENDER?

Escribe en la siguiente tabla aspectos positivos y negativos por los cuales te gustaría emprender

>>>> POSITIVOS

NEGATIVOS <<<<

>>> HAGAMOS UN PEQUEÑO RECORRIDO POR TUS HABILIDADES


Describe como Diseñador Gráfico

- Cualidades
- Actitudes
- Fortalezas
- Debilidades

YO SOY

Imagen 2. Visualización página 1 y 2

¿CUAL ES TU PROYECCIÓN COMO  
DISEÑADOR GRÁFICO?



¿Cuáles de las siguientes habilidades te identifican?  
MARCA TUS HABILIDADES...

HABILIDADES PARA EMPRENDER

- AUTOCONFIANZA (heart icon)
- LIDERAZGO (stick figure icon)
- PENSAMIENTO CREATIVO (speech bubble icon)
- PERSISTENCIA (Venn diagram icon)
- TRABAJO EN EQUIPO (stick figures icon)
- CREATIVIDAD (triangle icon)
- RESPONSABILIDAD (triangle icon)

QUE OTRAS HABILIDADES TE IDENTIFICAN...

---

---

---

---

---

Imagen 3. Visualización página 3 y 4

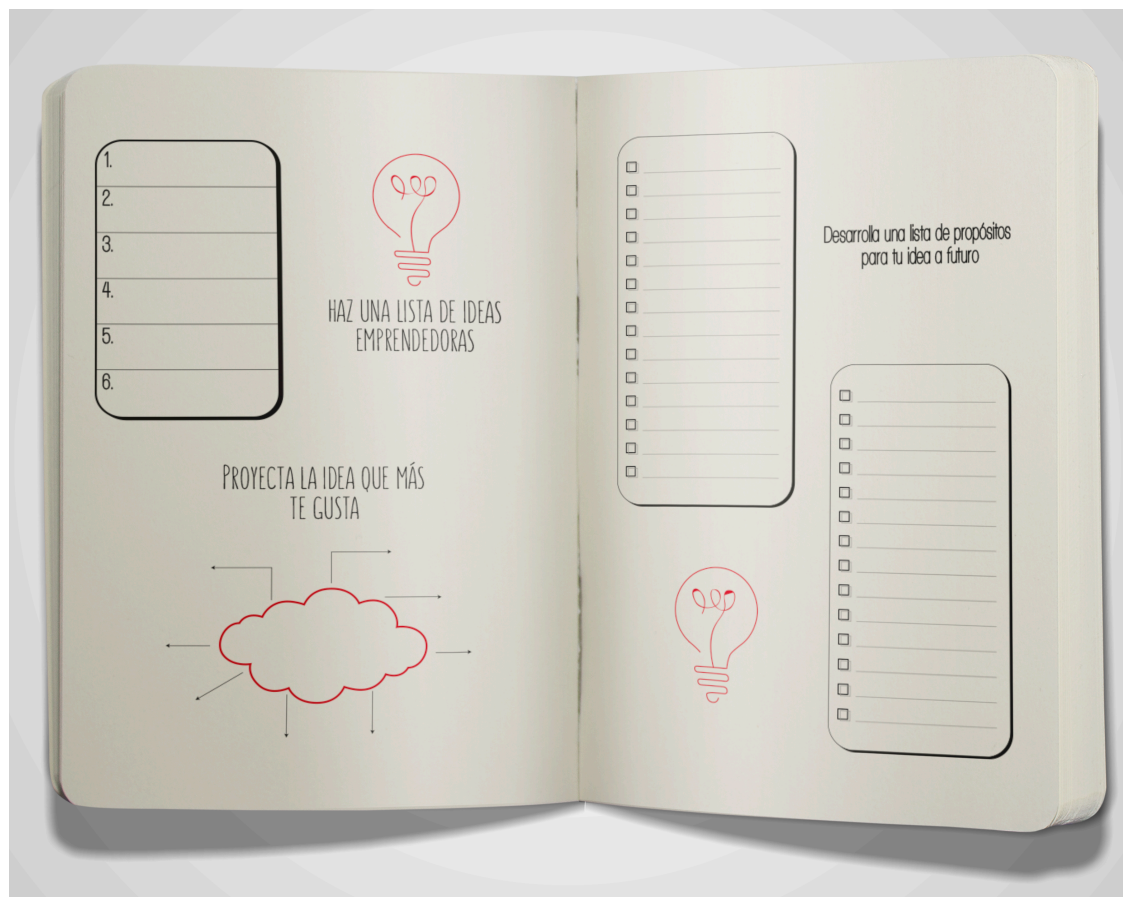


Imagen 4. Visualización página 7 y 8

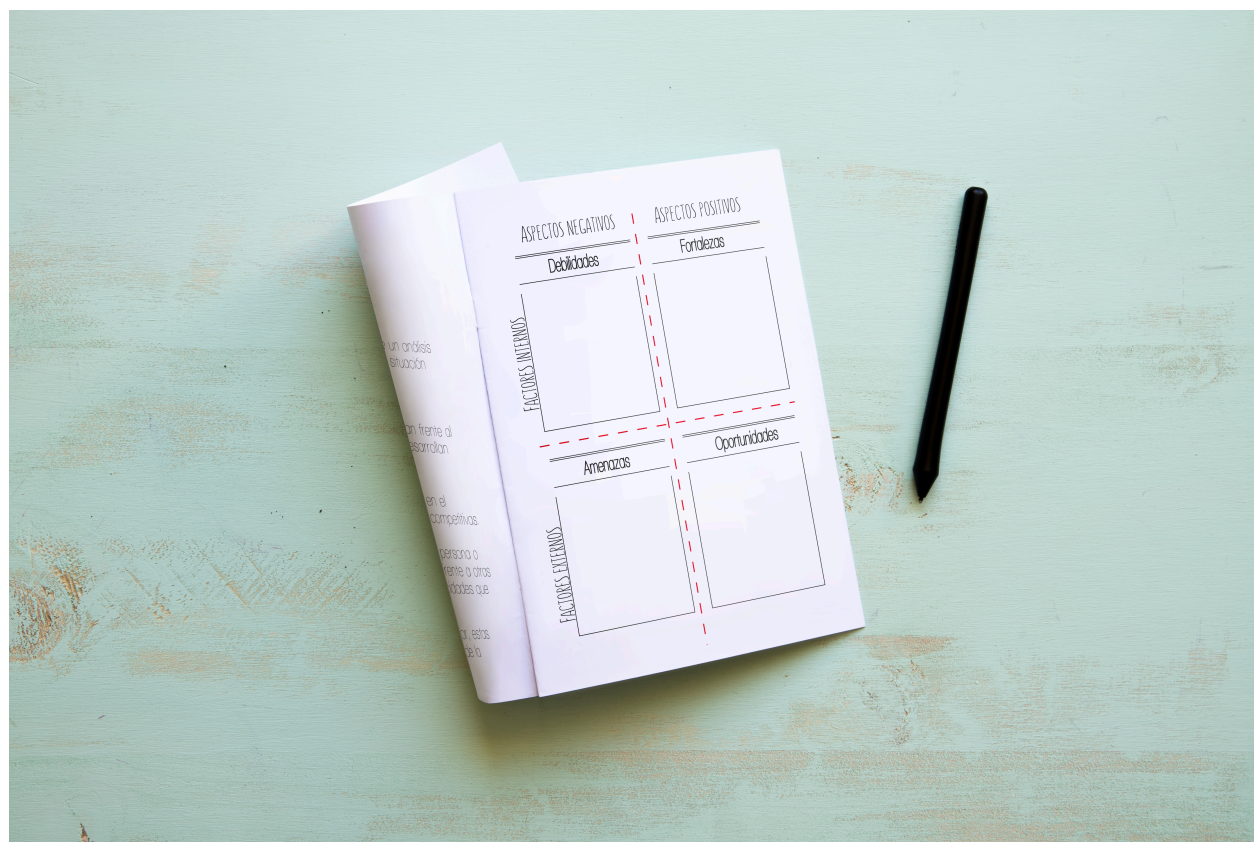


Imagen 5. Visualización página 9 y 10





Imagen 6. Visualización injerto

## 5. Conclusiones

A partir de lo investigado y teniendo en cuenta los resultados obtenidos. Se concluye que, para llevar a cabo la formación de emprendedores, es necesario incrementar las actitudes y el desarrollo de las habilidades en relación con el espíritu emprendedor en estudiantes de diseño gráfico de la universidad, para ello es importante vincular personas de otras áreas para promover una cultura de emprendimiento hacia los estudiantes de diseño ya que son estos los que muestran falencia en cuanto a este tema.

Es importante recordar que el centro de emprendimiento se relaciona directamente con el proyecto ya que este es el que muestra más interés hacia el tema abarcado a lo largo de la investigación, por ende cabe mencionar que una persona emprendedora para la unipiloto es transformadora del entorno social, ambiental y empresarial, así como también es capaz de entender y liderar los diferentes cambios que se presentan fuera de la academia, por consiguiente, este proyecto es experimental pues no establece normativas de uso ni presenta metodologías científicas o procesos teóricos, cada elemento gráfico mostrado para el desarrollo de la libreta es tomado a partir de los resultados obtenidos dentro de las etapas de la metodología y presentado con el fin de llevar un mensaje a los estudiantes de diseño gráfico, de igual manera cabe mencionar que todo se basó en conocer el espíritu emprendedor el cual se establece como una persona la cual se orienta a través de la creación de sus propias ideas, capaz de ver sus propias habilidades para crear ideas de negocio en el futuro, al igual es una persona comprometida en demostrar sus habilidades frente a otros emprendedores con un desarrollo de índole creativo e innovador; por consiguiente, existe una relación entre diseño gráfico e innovación lo que significa que cada diseñador debe aportar algo nuevo a la sociedad esto con el fin que sus ideas o prototipos sean funcionales en lo que se desea transmitir.

Para finalizar la propuesta o prototipo expuesto pretende crear una mejor relación entre el tema de emprendimiento, espíritu emprendedor y diseño gráfico, mostrando alternativas de interés como lo es conocer que tan emprendedor puede llegar hacer, o llegar a crear una cultura en los diseñadores gráficos de la unipiloto basada en emprendimiento.



## Lista de referencias bibliográficas

- Acs, Z; Armington, C. (2006). Entrepreneurship, Geography, and American Economic Growth. Cambridge University Press.
- Álvarez, C., Martins, I. López, T. El espíritu Emprendedor de los estudiantes en Colombia. Resultados del Proyecto Guesss Colombia 2016. Universidad EAFIT. Recuperado de [http://www.guesssurvey.org/resources/nat\\_2016/GUESSS\\_Report\\_2016\\_Colombia.pdf](http://www.guesssurvey.org/resources/nat_2016/GUESSS_Report_2016_Colombia.pdf)
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., & Carland, J. A. C. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. Academy of management review, 9(2), 354-359.
- Congreso de la república de Colombia. (1991) Artículo 38. Recuperado de: <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-38>
- Congreso de la república de Colombia. (1991) Artículo 333. Recuperado de: <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333>
- Congreso de la república de Colombia. (1991) Artículo 158. Recuperado de: <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-6/capitulo-3/articulo-158>
- Congreso de la república de Colombia. (1990). Ley 29 de 1990. Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=254>

Congreso de la república de Colombia. (1996) Ley 34. Recuperado de:  
[https://docs.supersalud.gov.co/PortalWeb/Juridica/Leyes/L0344\\_96.pdf](https://docs.supersalud.gov.co/PortalWeb/Juridica/Leyes/L0344_96.pdf)

Congreso de la república de Colombia. (2000) Ley 590. Recuperado de:  
<http://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-590-2000.pdf>

Congreso de la república de Colombia. (2004) Ley 905. Recuperado de:  
[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0905\\_2004.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html)

Congreso de la república de Colombia. (2002) Ley 789. Recuperado de:  
[https://bogota.eregulations.org/media/ley\\_789-2002\\_2.pdf](https://bogota.eregulations.org/media/ley_789-2002_2.pdf)

Congreso de la república de Colombia. (2004) Ley 905. Recuperado de:  
<http://www.colciencias.gov.co/node/297>

Crissien Castillo, J. (2006). Espíritu empresarial como estrategia de competitividad y desarrollo económico. Revista Escuela de Administración de Negocios, (57).

Dees, J. G. (2001). The meaning of social entrepreneurship.

Drucker, P. F. (1987). La innovación y el empresariado innovador: la práctica y los principios (No. 350.14 350.14 DRU inn).

Emprendimiento Colombiano en cifras, Diario Económico Portafolio, publicado en febrero de 2016, Recuperado de : <http://www.portafolio.co/innovacion/emprendimiento-colombiano-cifras-155078>

Espinosa, J. P. (2013). Empoderamiento para el emprendimiento.

Fandiño, L., & Bolívar, M. (2008). Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes y/o egresados de la carrera de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado. Universidad Javeriana. Bogotá.

Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Buenos Aires, Argentina.

Gartner, W. B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship?. *Journal of Business venturing*, 5(1), 15-28.

Glaub, ME (2009). Training Personal Initiative para empresarios en países en desarrollo: una intervención teóricamente derivada y su evaluación (disertación doctoral, Universitätsbibliothek Giessen).

Marino, K. E., Castaldi, R. M., & Dollinger, M. J. (1989). Content analysis in entrepreneurship research: The case of initial public offerings. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1), 51-66.

Michael, D., Murgueitio. (2014). Espíritu emprendedor y su importancia en Colombia. Corporación Unificada. CUN.

Montes, P; Camilo. (2012) ¿Cómo abordar el emprendimiento en las Universidades? Recuperado de <https://jcmontesp.wordpress.com/2012/09/10/como-abordar-el-emprendimiento-en-las-universidades/>

Munari, B., NELSON, G., & PAPANEEK, V. (2010). METODOLOGIAS DEL DISEÑO.

Observatorio de emprendimiento de Bogotá, C. D. C. (2007). Observatorio del mercado de trabajo: Comportamiento del mercado del trabajo en Bogotá. Tercer trimestre de 2007. N. 21. Diciembre de 2007.

Olmos, J., & Arrayales, J. O. (2007). Tu potencial emprendedor. Pearson Educación.

Pereira Laverde, F. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. Cuadernos de Administración, 20(34).

Presidencia de la República de Colombia. (2003) Decreto 394. Recuperado de: <https://diario-oficial.vlex.com.co/vid/decreto-359496486>

República de Colombia. (1991) Decreto 393 de 1991. Recuperado de: <http://www.colciencias.gov.co/node/265>

República de Colombia. (1991) Decreto 585 de 1991. Recuperado de: <http://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/decreto-585-1991.pdf>

Rodriguez, P; Alfonso. (2007) Revista Dinero. Emprendimiento, desafío para América Latina.

Recuperado de: <http://www.dinero.com/columna-del-lector/opinion/articulo/emprendimiento-desafio-para-america-latina/53301>

Sánchez Torres, D. E. (2012). Análisis del emprendedor y del emprendimiento de éxito en el Ecuador para incentivar la creación de una red de Inversionistas Angeles en Quito(Bachelor's thesis, QUITO/PUCE/2012).

Stevenson, H. H., Grousbeck, H. I., & Roberts, M. J. bhide, Amarnath,(1999) Emprendimientos y al empresario.

Universidad Piloto de Colombia, perfil ocupacional profesional Diseño Gráfico. Recuperado de <http://www.unipiloto.edu.co/programas/pregrado/disenio-grafico/#1381847764-2-92>

Varela Miranda, E. L. (2015). El emprendimiento y su incidencia en el desempeño profesional de los estudiantes de cuarto año de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social año 2014-2015.

Zubeldía, M. L., Viadana, C. A., Morales, O. R., & Tomarelli, J. L. (2015). La cultura emprendedora. Impacto socio-cultural de una experiencia de capacitación en emprendedurismo.

Varela Miranda, E. L. (2015). El emprendimiento y su incidencia en el desempeño profesional de los estudiantes de cuarto año de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social año 2014-2015.

Vecchio, F. d. (Septiembre de 2014). Diálogos con diseñadores. Ciudad del tigre, Argentina. Obtenido de <http://fernandodelvecchio.com/libro/>